

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Viestinnän koulutusohjelma

Johannes Valkonen

ÄÄNEN JA MUSIIKIN TAITEELLISTEN RATKAISUJEN MERKITYS  
ELOKUVATRILERILLE

Opinnäytetyö  
Kesäkuu 2015



**OPINNÄYTETYÖ**  
**Kesäkuu 2015**  
**Viestinnän koulutusohjelma**

Länsikatu 15  
80110 JOENSUU  
(013) 260 6996

**Tekijä**  
Johannes Valkonen

**Nimeke**  
Äänen ja musiikin taiteellisten ratkaisujen merkitys elokuvatrailerille

**Tiivistelmä**

Tutkimuksellisessa ja toiminnallisessa opinnäytteessä perehdytään elokuvatrailerin ääniraidan eri kerronnan keinoihin sekä tutkitaan äänen ja musiikin taiteellisten ratkaisujen merkitystä trailerille markkinointituotteena. Lisäksi tarkastellaan, kuinka traileri vaikuttaa elokuvan kaupalliseen menestykseen tai niihin mielikuviin, joita traileri kuluttajissa herättää. Koska elokuva-alan suurimmat resurssit ja kehittynein koneisto sijaitsevat Yhdysvalloissa, tutkimus perustuu pääasiassa Hollywood-trailereihin.

Trailereiden ääniraitaa käsittelevää lähdekirjallisuutta on vähän. Opinnäytteen tietoperusta koostuu pääosin elokuvaääntä, elokuvamusiikkia sekä elokuvatrailereita käsittelevästä kirjallisuudesta, artikkeleista ja tutkimuksista.

Toiminnallinen osio perustuu The Mate –elokuvatrailerin äänisuunnittelu- ja musiikinluomisprosessiin. Käytettyjä menetelmiä ja valittuja ratkaisuja rinnastetaan esitelyihin Hollywood-trailerin konventioihin. Lopuksi pohditaan, mitä työskentelytapoja suomalaisten elokuvatrailereiden äänisuunnittelijoiden kannattaisi jatkossa kehittää ja mitä vaikutteita kansainvälisistä elokuvatrailereista olisi hyödyllistä tuoda kotimaisten trailereiden tuotantoon.

**Kieli**  
suomi

Sivuja 60  
Liitteet 0  
Liitesivumäärä 0

**Asiasanat**  
elokuvatraileri, äänisuunnittelu, trailerimusiikki



**THESIS**  
**June 2015**  
**Degree Programme in Communication**  
Länsikatu  
FI 80110 JOENSUU  
FINLAND  
(013) 260 6996

**Author**  
Johannes Valkonen

**Title**  
The Effect of Artistic Solutions by Sound and Music for Movie Trailers

**Abstract**

This thesis is focused on both researched-based and functional levels of sound narration in movie trailers. In addition, this thesis surveys the effect a theatrical trailer has to a movie's box office success and the emotional response by its consumers. Due to the enormity of Hollywood's resources and publicity, this study refers to the Hollywood directive of theatrical movie trailers and their releases.

Only little has been written about the movie trailer sound track. That being said the knowledge base of this study derives from movie sound and film music literature combined with movie trailer literature, articles and researches.

The functional section is based on sound designing and music composing process of The Mate movie trailer. The chosen methods and artistic solutions were compared to the Hollywood conventions introduced before. In the end this survey discusses how Finnish trailer sound designers could improve their work methods to produce higher quality trailers and which international trailer sound elements would be useful to the Finnish trailer sound production.

**Language**  
Finnish

**Pages** 60  
**Appendices** 0  
**Pages of Appendices** 0

**Keywords**

movie trailer, sound design, trailer music

## Sisältö

1	Johdanto.....	5
2	Elokuvatraileri ja sen merkitys.....	8
2.1	Elokuvatraileri.....	8
2.2	Merkitys kuluttajalle tekijän näkökulmasta.....	9
2.3	Kaupallinen merkitys.....	10
2.4	Trailerin historia.....	13
3	Elokuvatrailerin ääni.....	15
3.1	Äänen ja musiikin merkitys nykyaikaiselle elokuvalle.....	15
3.2	Trailerin äänisuunnittelun erot pitkään elokuvaan verraten.....	17
3.2.1	Äänisuunnittelun taiteellisia eroavaisuuksia.....	17
3.2.2	Trailerin ääniraidan rajoituksia.....	18
3.3	Trailerin äänellisiä tehokeinoja.....	20
3.3.1	Erikoistehosteäänet.....	20
3.3.2	Hiljaisuus.....	21
3.4	Elokuvamusiikki tunnelmanluojana.....	22
3.4.1	Johdanto.....	22
3.4.2	Elokuvamusiikin perustehtävät.....	23
3.4.3	Parafraasi ja kontrapunkti.....	24
3.5	Musiikin käyttö elokuvatrailerissa.....	25
3.5.1	Musiikin merkitys trailerille.....	25
3.5.2	Rytmin hyödyntäminen.....	26
3.5.3	Musiikillisten teemojen lukumäärä.....	27
3.5.4	Populaarimusiikin käyttö.....	29
3.6	Voice-over.....	31
3.6.1	Johdanto.....	31
3.6.2	Voice-over –kertojan käyttö ja persoona.....	31
3.6.3	Kertojan sukupuoli.....	33
3.7	Trailerin rakenne äänisuunnittelijan näkökulmasta.....	34
3.7.1	Modernin trailerin kerronnallinen rakenne.....	34
3.7.2	Trailerin äänikerronnallinen rakenne.....	35
4	The Mate –toimintaelokuvatraileri – äänen kehitystyö.....	37
4.1	Projektiesittely.....	37
4.2	Alkuasetelma.....	38
4.3	Ideasta suunnitelmaksi.....	39
4.3.1	Äänellinen rakenne.....	39
4.3.2	Musiikin ennakkosuunnittelu.....	41
4.4	Musiikin luominen.....	42
4.4.1	Johdanto.....	42
4.4.2	Trailerin tarinallinen osio.....	43
4.4.3	Trailerin toimintaa esittelevä osio.....	45
4.5	Voiceover ja dialogi.....	46
4.5.1	Kertojan persoonan valitseminen.....	46
4.5.2	Voice-overin sisältö.....	46
4.6	Erikoistehosteet.....	48
4.7	Foley-äänet.....	49
4.8	Lopputulos.....	50
4.8.1	Johdanto.....	50
4.8.2	Jälkihavainnot The Mate –trailerin ääniraidasta.....	51
4.8.3	Palaute.....	53
5	Pohdinta.....	55
	Lähteet.....	59

## 1 Johdanto

Valtaosa länsimaalaisista ihmisistä on ainakin kerran elämässään käynyt elokuvateatterissa. Vähintäänkin yhtä moni on myös nähnyt elokuvatrailereita. Trailereiden yli satavuotisen historian aikana niistä on kehittynyt yksi ehdottomasti tärkeimmistä elokuvien markkinointivälineistä. Internetin myötä trailerit ovat elokuvateattereiden lisäksi vahvasti läsnä myös niin sosiaalisessa mediassa kuin perinteisemmässäkin verkkomediassa.

Alkaneen vuosituhaten aikana on tehty tutkimuksia, jotka osoittavat trailerin valtavan merkityksen elokuvan kaupalliselle menestykselle (Randall 2013; Finsterwalder, Kupppelwieser & de Villiers 2012; Jerrick 2013). Trailerit antavat ensivaikutelman tulevan elokuvan tunnelmasta ja täten tiivistävät katsojien odotukset sitä kohtaan. Trailerin ääniraidalla on erittäin suuri merkitys siihen, kuinka katsoja ottaa trailerin vastaan. Tästä huolimatta elokuvatrailerin ääniraitaa käsittelevää kirjallisuutta tai tutkimustietoa on vähän. Valtaosa trailereista ja niiden valmistusprosessista kertovasta materiaalista käsittelee niiden visuaalista sekä kerronnallista ilmaisua, mutta onnistuneen ja menestystä tuottaneen trailerin ääniraidan salat ovat harvojen tiedossa.

Elokuvatraileri on markkinointituote, jossa taiteellisten ratkaisujen merkitys kaupallisuudesta huolimatta on niin kuluttajalle kuin taloudelliselle kannattavuudellekin erittäin suuri. Opinnäytteessä perehdytään äänen ja musiikin taiteellisten ratkaisujen merkitykseen elokuvatrailerille. Miten trailerin äänisuunnittelija voi työllään vaikuttaa kuluttajan vakuuttamiseen tulevan elokuvan ainutlaatuisuudesta tämän näkemättä itse elokuvaa?

Opinnäyte jakautuu tutkimukselliseen ja toiminnalliseen osioon. Tutkimuksellisessa osiossa perehdytään elokuvatraileria sekä elokuvaääntä ja -musiikkia käsittelevään kirjallisuuteen. Koska elokuva-alan ylivoimaisesti suurimmat resurssit ovat Hollywoodissa, tutkimuksellinen osio keskittyy pääasiassa amerikkalaiseen tapaan tehdä menestyksekkäitä elokuvatrailereita.

Lähdekirjallisuuden ja tutkimustiedon avulla luodaan yleiskuva trailerin ääniraidan eri osa-alueista sekä niiden parhaista käytännöistä ja menetelmistä.

Opinnäytteen toiminnallinen osa keskittyy The Mate -toimintaelokuvatrailerin äänisuunnittelutyöprosessiin, jossa itse toimin äänisuunnittelijana, musiikin säveltäjänä sekä toisena ohjaaja-käsikirjoittajana. Trailerin leikkaajana sekä toisena ohjaaja-käsikirjoittajana toimi Samuli Hahl. Trailerin tavoitteena oli luoda kuva ”suomalaisesta Hollywood-elokuvatrailerista”, joka antaa meille eväät kohti pitkää kansainvälistä toimintaelokuvaa. Työkuvauksessa kartoitetaan yksityiskohtaisesti trailerin ääniraidan ja musiikin taiteelliset ratkaisut sekä niiden syyt ja seuraukset. Tehdyt valinnat rinnastetaan tutkimuksellisessa osiossa esille tulleisiin konventioihin. Toiminnallinen osio kuvastaa henkilökohtaista ajatus-, työskentely- ja oppimisprosessiani.

Pohdinnassa muodostetaan synteesi tutkimuksellisen ja toiminnallisen osion välille. Yhdysvaltalainen elokuvamarkkinointikoneisto on kiistämättä maailman suurin ja täten myös trailerit edustavat kaupallisesta näkökulmasta maailman edistyneintä antia. Pohdinnassa selvitetään, kuinka hyvin The Mate -toimintatrailer onnistui tavoitteissaan saada pienillä resursseilla varustettu suomalainen elokuvatraileri kuulostamaan kansainväliseltä elokuvatrailerilta. Lisäksi lopuksi pohditaan, mitä asioita suomalaisella traileriäänisuunnittelulla olisi opittavissa amerikkalaisista työskentelytavoista ja mitkä perinteiset Hollywood-trailerin äänikonventiot eivät puolestaan sovellu suomalaiselle tai eurooppalaiselle elokuvatrailerille.

## TUTKIMUKSELLINEN OSIO

- Lähteenä elokuvatrailerin sekä elokuvaääneen keskittynyt tietokirjallisuus ja muut julkaisut
- Lähtökohtana Hollywoodissa tuotetut modernit elokuvatrailerit
- Mikä on trailerin merkitys elokuvan kaupalliselle menestykselle ja kuinka suuri merkitys äänen ja musiikin taiteellisilla ratkaisuilla on trailerin onnistumiselle?

## TOIMINNALLINEN OSIO

- The Mate -elokuvatrailerin äänisuunnittelutyöprosessin kuvaus
- Taiteellisten ratkaisujen rinnastaminen tutkimukselliseen osioon

## JOHTOPÄÄTÖKSET

- Kuinka hyvin The Mate -elokuvatraileri onnistui vähäisillä resursseilla saavuttamaan nykyaikaisen kansainvälisen laatutason?
- Kuinka suomalaisen elokuvatrailerin äänituotantoa voidaan kansainvälisestä näkökulmasta kehittää?

## 2 Elokuvatraileri ja sen merkitys

### 2.1 Elokuvatraileri

Elokuvatraileri on lyhyt, yleensä noin 1-3 minuuttia pitkä elokuvamainen mainosvideo, joka useimmiten sisältää visuaalista kuvitusta sekä audiovisuaalista kerrontaa markkinoitavasta elokuvasta. Trailerit on alunperin kehitetty näytettäväksi elokuvateattereissa elokuvaesitysten yhteydessä mainostaakseen tulevan elokuvan teatteriensi-iltaa. (Finsterwalder, Kuppelwieser, & de Villiers 2012.) Julkaisukanavien (kuten sosiaalisen median) monipuolistuessa niitä ei tehdä enää ainoastaan elokuvateattereita varten. Nykyään trailereilla voidaan myös markkinoida esimerkiksi televisiosarjoja, televisiossa tai verkkopalvelussa julkaistavia elokuvia tai videopelejä.

Traileri on erittäin tehokas elokuvan markkinoinnin keino, jossa markkinataloudellinen hyöty sekä kuluttajaystävällinen ja viihteellinen esitystapa kohtaavat (Finsterwalder, Kuppelwieser, & de Villiers 2012). Trailereiden tarkoitus on kiinnittää katsojan huomio ja herättää kiinnostusta yleisön keskuudessa tulevaa elokuvaa kohtaan. Tästä syystä trailereihin valitut otteet elokuvasta sisältävät jollain tapaa tunteisiin vetoavaa sisältöä, kuten hauskaa, pelottavaa, dramaattista tai katsojaa kohahduttavaa kuvastoa. Trailereissa voidaan myös nähdä otoksia, joita itse elokuvassa ei lainkaan nähdä (Turjansalo 2008, 9).

Tarve elokuvatrailerille syntyi kaupallisen elokuvan kysynnän kasvaessa. Nykypäivänä elokuvatrailerit ovat tärkein elokuvamarkkinoinnin väline ja tutkimusten mukaan ainoastaan ystävän tai tuttavan suositus on traileria tehokkaampi kannustin elokuvalipun ostamiseen (Kotiranta 2007, 9). Odotuksiin elokuvan sisällöstä trailerit vaikuttavat sen sijaan ystävän suositustakin enemmän (Finsterwalder, Kuppelwieser, & de Villiers 2012). Nimitys ”traileri” (eng. trailer) juontaa juurensa ajalta, jolloin trailereita näytettiin elokuvateatteriesitysten jälkeen. Varsin nopeasti havaittiin, ettei käytäntö ollut



tehokas yleisön poistuessa salista elokuvan päättyessä. Nimitys jäi kuitenkin voimaan. (Gfactor 2007.)

## **2.2 Merkitys kuluttajalle tekijän näkökulmasta**

Elokuva on yksi voimakkaimmista tarinankerronnan muodoista. Tästä syystä avain niiden tehokkaaseen markkinointiin on niiden yleistunnelman brändääminen. Tällä tarkoitetaan sitä mielikuvaa, joka elokuvan tunnelmasta ja sen keskeisestä sisällöstä halutaan katsojalle luoda. Trailerit ovat merkittävin kanava tämän yleistunnelman brändäämiseksi. Osa trailereista onnistuu herättämään katsojan kiinnostuksen ja rohkaisee heitä haluamaan nähdä elokuvan valkokankaalla. Osa trailereista voi taas epäonnistua katsojan kiinnostuksen herättämisessä ja näissä tapauksissa katsojat tyypillisesti unohtavat elokuvan. (Finsterwalder, Kuppelwieser, & de Villiers 2012.)

Kuluttajalle traileri heijastaa elokuvan laatua. Mikäli traileri ei saa katsojan mielenkiintoa heräämään, hän ei todennäköisesti ole kiinnostunut näkemään elokuvaa. Vaikka traileri ja elokuva ovatkin kaksi tyystin erilaista mediaformaattia, kuluttajat kokevat trailerin olevan osa elokuvaa. Trailereiden uskotaan esittelevän elokuvan teemoja tai tunnelmia. (Turjansalo 2008, 17.) Joskus trailerit saattavat kuitenkin joko tarkoituksellisesti tai vahingossa johtaa kuluttajaa harhaan elokuvasta. On täysin tapauksesta ja yksilöstä kiinni, kokeeko kuluttaja tällöin tulleen petetyksi vai positiivisella tavalla yllätetyksi.

Trailerit koetaan tehokkaana mainonnan muotona johtuen niiden visuaalisesta ja tunneperäisestä luonteesta. Kuluttajalle traileri on ikään kuin ilmainen näyte, joka esittää heille tulevan elokuvan genreä, tyyliä, tunnelmaa sekä tähtiä. Tämän ilmaisen näytteen avulla katsojat saavat itse päättää, haluavatko he nähdä elokuvan vai eivät. (Finsterwalder, Kuppelwieser, & de Villiers 2012.) Tästä syystä on erittäin tärkeää, että traileriin on onnistuttu luomaan riittävä vetovoima joka viehättää mahdollisimman suurta osaa ihmisistä. Johtuen trailereiden maksimaalista myyntiä tavoittelevasta luonteesta, jopa marginaaliselle kohderyhmälle suunnattu taide-elokuva vaatii traileriltaan

enemmän massoille suunnattua houkutusta kuin elokuva itse välttämättä sisältää.

Kun kuluttaja tekee päätöksen elokuvaalipun ostamisesta, perustuu se yleensä kaupallisesta näkökulmasta hankalaan psykologiseen ongelmaan siitä, mikä mieliala kuluttajalla ostohetkellä on. Mieliala ja tunnetila vaikuttaa suuresti myös siihen, ”hyväksyykö” vai ”hylkääkö” katsoja näkemänsä trailerin. Mielialahallinnan teorian mukaan kuluttaja valitsee sellaisen tuotteen tai palvelun, joka tuottaa toivotumpia tunnetiloja etenkin silloin, kun ärsyke annetaan ulkopuolelta. Tietyn mielialan vallitessa kuluttaja valitsee ärsykkeen, joka tuottaa henkilökohtaista tyydytystä ja poistaa negatiivisia tunnetiloja. (Jerrick 2013.)

Internet ja sosiaalinen media ovat muuttaneet kuluttajien suhdetta trailereihin voimakkaasti. Siinä missä ennen trailereita nähtiin vain elokuvateatterinäytösten alussa, nykyään massiivinen sosiaalisen median markkinointikoneisto tarjoaa trailereita nähtäville kaiken aikaa. Kannettavien tietokoneiden, älypuhelimien, tablettien ja älytelevisioiden myötä ihmiset ovat yhä aktiivisemmin yhteydessä Internetiin ja myös trailereiden näkeminen yleistyy. Myös kiinnostus trailereita kohtaan näyttää olevan nousussa. Vuonna 2013 trailereita katsottiin yli miljardi kertaa videopalvelu Youtubesta, ja trailereita etsittiin hakukoneilla yli kolme kertaa enemmän kuin vuonna 2008 (Kehe & Palmer 2013). Tuotantoyhtiöiden näkökulmasta sosiaalinen media on lottovoitto elokuvateollisuudelle, sillä onnistuneen trailerin nähdessään jokainen yksittäinen kuluttaja voi jakaa sen satojen, ellei jopa tuhansien ystäviensä kesken. Lumipalloefektin edetessä katsontakerrat kasvavat eksponentiaalisesti ja nykypäivänä pienelläkin rahalla tehty ja markkinoitu traileri voi saada miljoonia katselukertoja.

### **2.3 Kaupallinen merkitys**

Vaikka maailmanlaajuinen taloustilanne on tällä hetkellä epävakaa ja useiden toimialojen liikevaihdot ovat laskusuuntaisia, elokuvateollisuudella näyttää

menevän vahvasti. Yhdysvaltojen elokuvateattereiden lipputulot kasvoivat vuodesta 2007 vuoteen 2008 noin 16 %. Uuden-Seelannin elokuvateattereiden voitot kasvoivat vuodesta 2007 vuoteen 2009 vuosittain 3,2–8,5 %. Motion Picture Association of American mukaan kansainvälisesti elokuvat tuottivat vuonna 2011 historiallisen korkean tuloksen 32,6 miljardin Yhdysvaltojen dollarin lipputuloilla. (Finsterwalder, Kuppelwieser, & de Villiers 2012.) Vertailun vuoksi voidaan todeta, että summa on yli puolet Suomen valtion budjetista vuonna 2014 (Taloussanommat 2014). Vaikka suomalainen elokuvateollisuus on kansainvälisesti verrattain pientä, vuonna 2014 pelkästään kotimaisilla elokuvilla oli Suomen elokuvateattereissa yhteensä yli kaksi miljoonaa katsojaa (SES 2014). Elokuvalippujen hintojen pyöriessä keskimäärin kymmenessä eurossa tämä tarkoittaa noin 20 miljoonan euron lipputuloja kotimaisista elokuvista, puhumattakaan ulkomaisten (etenkin Hollywoodissa tuotettujen) elokuvien laajasta menekistä.

On selvää, että markkinoinnin merkitys näin massiivisessa liiketoiminnassa on suunnattoman suuri. Hollywoodissa suurten budjettien elokuvissa studiot käyttävät yleensä noin 10 miljoonaa dollaria yleiseen markkinointiin (trailerit sekä muu markkinointimateriaali, markkinointitutkimukset, elokuvatähtien markkinointi, ennakkonäytökset) sekä 30 miljoonaa dollaria medianäkyvyyteen. Elokuvien markkinointi ei kuitenkaan saavuta kohdeyleisöään televisiossa tai uutislehdissä. Tärkein kohdeyleisö löytyy elokuvateattereissa, jotka ovat täynnä potentiaalista ostajaryhmää. Markkinoijat käyttävät suuria summia rahaa, jotta saisivat trailerinsa näkymään viimeisenä juuri ennen kesän hittielokuvan alkamista. Mikäli elokuva menestyy teattereissa avausviikolla, merkittävä osa tästä kunniasta kuuluu trailerille. Useiden arvioiden mukaan jopa noin kolmannes avausviikon lipputuloista on saavutettu trailerin ansiosta. (Finsterwalder, Kuppelwieser, & de Villiers 2012.)

Nykyaikana suuret elokuvastudiot käyttävät yhä enemmän neurotieteellisiä tutkimusmenetelmiä ennustaakseen elokuvien kaupallista menestystä. Innerscope Research –yhtiö teki kattavan tutkimuksen, jossa tutkittiin trailerin vaikutusta elokuvan avausviikon lippumyyntiin neurotieteen avulla. Yhtiö näytti 40 elokuvatraileria yli tuhannelle koehenkilölle vuosien 2010-2012 aikana.

Koehenkilöille asennettiin ”biometriset vyöt”, jotka mittasivat ns. emotionaalista sitoutumista (eng. emotional engagement) tarkkailemalla ihon hikoilemista, sydämen sykettä, hengitystä sekä kehon liikehdintää. Biometriset tiedot yhdistettiin silmien liikkeisiin, jota tarkkailtiin eye tracking –tekniikan avulla. Trailerit näytettiin 6-8 viikkoa ennen elokuvien ensi-iltaa. Avausviikkojen lippumyyntitulosten tultua ilmi tulokset olivat kiistämättömät. Tutkimustulosten tiivistelmässä yhtiö toteaa, että mikäli traileri saavuttaa emotionaalisen sitoutumisen tason 80, elokuva ylittää hyvin todennäköisesti 20 miljoonan dollarin rajapyykin avausviikollaan. Jos traileri taas saa emotionaalisen sitoutumisen tasoksi 65 tai alle, on todennäköistä että elokuvan avausviikon myynti jää alle 10 miljoonan dollarin. (Randall 2013.)

Kuten todettua, viime vuosina monet suuret studiot kuten Fox ja Paramount ovat käyttäneet valtavasti resurssejaan neurotieteellisiin tutkimuksiin. James Cameron, eräs aikamme suurimmista elokuvaohjaajista, kertoi innostuneesti tiedehaaran potentiaalista *Avatarin* (2009) markkinointikampanjan aikana. Disney on rakentanut salamyhkäisen neurotutkimuslaitoksen Teksasin Austiniin. Kaikki tämä kertoo siitä, kuinka vakavasti trailereihin elokuvan markkinointikanavana suhtaudutaan Hollywoodissa. Innerscope Researchin tutkimuksen tilannut Fox Entertainment Groupin Melissa Mullen huomauttaa kuitenkin tutkimustuloksista uutisoineelle Fast Companylle, ettei trailerin laatu ja sen tunteisiin vetoavuus ole ainoa asia joka vaikuttaa kuluttajien elokuvalipun ostopäätökseen. (Randall 2013.)

Elokvastudio voi käyttää biometrisiä ja neurotieteellisiä tutkimuksia saadakseen parhaan mahdollisen trailerin kuluttajien nähtäväksi, mutta kukaan ei voi kiistää yleisen markkinoinnin, julkisuuden, mediahuomion ja tietoisuuden merkitystä maksimaalisen kaupallisen tuloksen saamiseksi. On loogista, että trailerin korkea emotionaalinen sitoutuminen laajan fanijoukon keskuudessa takaa hyvän tuloksen avausviikolle. Mutta korkea emotionaalinen sitoutuminen ilman korkeatasoista markkinointikampanjaa trailerin ulkopuolella voi johtaa taloudelliseen floppiin riippumatta siitä, kuinka hyvin traileri toimii yleisölle. Mikäli elokuva ei ole lainkaan tuttu yleisölle, se ei todennäköisesti menesty. Kaikki näkökulmat ja muuttujat on otettava huomioon ennustaessa elokuvan taloudellista menestystä. (Randall 2013.)

## 2.4 Trailerin historia

Ensimmäinen elokuvatraileri esitettiin vuonna 1912 New Yorkin Rye Beachissa elokuvasta *The Adventures of Kathlyn* (Fear 2013). Äänen puuttuessa tuolloin vielä elokuvasta ja teknisten toteutuskeinojen ollessa rajalliset trailerit olivat nykymittapuulla hyvin vaatimaton. Varhaiset mykkäelokuvatrailerit olivat elokuvaesityksen jälkeisiä epilogeja, jotka käsittivät esimerkiksi ensimmäisen filmirullan tai muutaman yhteenleikatun kohtauksen mainostettavasta elokuvasta (Kotiranta 2007, 6).

Paramount Pictures havaitsi trailereiden potentiaalin jo varhain ja vuonna 1916 yhtiöstä tuli ensimmäinen tuotantoyhtiö, joka virallisesti julkaisi trailereita. Ensin trailereita tehtiin vain yhtiön tärkeimmistä ja isoimman budjetin omaavista elokuvista. Vuoteen 1919 mennessä yhtiö oli perustanut oman osaston pelkästään trailereiden valmistusta varten, ja trailereita alettiin tehdä studion kaikista elokuvista. Trailereiden potentiaali havaittiin nyt Paramount Picturesin ulkopuolellakin ja vuonna 1919 perustettiin *National Screen Service* (NSS). Yhtiön tarkoituksena oli tarjota ulkopuolisena tahona tuotantoyhtiöille resurssejaan trailereiden valmistamiseksi, joka nopeasti osoittautui erittäin menestyksekkääksi toimintatavaksi. (Kotiranta 2007, 6-7.)

1920-luvun trailerit ennen äänielokuva olivat useimmiten hyvin yksinkertaisia ja kaavamaisia. Tyypillisesti ne sisälsivät elokuvan nimen, mainoslauseen, satunnaisia leikkauksia elokuvasta sekä näyttelijälistan. Ensimmäisen äänielokuvan myötä niin elokuva kuin sen trailerikin koki mullistavan uudistuksen. (Fear 2013.)

Ensimmäinen audiovisuaalinen elokuvatraileri tehtiin niinkään ensimmäisestä äänielokuvasta *The Jazz Singer* (1927). Trailerin alussa mies astuu lavalle esiripun takaa ja lausuu tietävästi ensimmäiset kuvan kanssa synkronoidut sanat: ”Naiset ja herrat, olen etuoikeutettu sanomaan teille muutaman sanan tällä kaikista moderneimmalla ja nykyaikaisimmalla menetelmällä.” Traileri esittelee kaksi äänielementtiä, jotka ovat olleet kautta trailerin historian olennaisia kerronnan muotoja; voice-over –kerronnan (ei-diegeettinen

kertojaääni) sekä ei-diegeettisen taustamusiikin. Vaikka traileri onkin nykymittapuulla yksinkertainen eikä sisällä lainkaan elokuvan dialogia, uudenlainen malli elokuvatrailerille on luotu ja tulevaisuuden trailereiden markkinapotentiaali ymmärretty.

1930- ja 1940-luvuilla trailerit kehittyivät suurin harppauksin sekä niiden ääni- että kuvakerronnan monipuolistuessa ja uusien tekniikoiden yleistyessä. 1950-lukuun asti ne säilyttivät kuitenkin vanhoillisen muotonsa kerronnan keskittyessä elokuvan ainutlaatuisuuden ylistämiseen ja tähtien esittelemiseen. (Fear 2013). Tuotantoyhtiöiden monopoliaseman estämiseksi tehty laki vaikutti kuitenkin studiojärjestelmien romahtamiseen 1950-luvulla. Trailereissa siirryttiin klassisesta kaudesta siirtymäkauteen. Trailereiden tempo muuttui nopeammaksi ja kerronta alkoi keskittyä klassista kautta enemmän elokuvan tarinaan. (Turjansalo 2008, 14-15.)

Siirtymäkauden katsotaan kestäneen vuodesta 1950 vuoteen 1975. Tuona aikana traileri haki uudenlaista muotoaan katsojien kiinnostuksen elvyttämiseksi (Kotiranta 2007, 6-8). Legendaariset ohjaajat kuten Alfred Hitchcock ja Stanley Kubrick vaikuttivat trailereiden kehitykseen lisäämällä omaperäisiä ja kokeellisia elementtejä niiden kerrontaan (Kernan 2004, 254-257).

Trailereiden modernin kauden katsotaan alkaneen viimeistäänkin vuonna 1975, jolloin vuosikymmenen suurimmat lipputulot saavuttanut *Tappajahai* (1975) – elokuvan traileri julkaistiin. Erittäin menestyksekkään elokuvan onnistunut traileri vahvisti käsityksiä tehokkaasta ja kuluttajia houkuttelevasta trailerista. (Fear 2013.) Modernille kaudelle on tyypillistä, että elokuvan tähtien lisäksi siinä esitellään elokuvan ohjaajaa (Turjansalo 2008, 15). Lisäksi kerronnallinen tyyli keskittyy elokuvan ainutlaatuisuuden ylistämistä enemmän tarinan dramatisointiin ja shokeeraavuuteen. Traileri oli alkanut saavuttaa nykyaikaista muotoaan ja seuraavien vuosikymmenten aikana ne kehittyivät hiljalleen kuvaus-, leikkaus-, efektointi-, äänitys- ja miksaustekniikoiden parantuessa. Myös musiikin tyyli- ja laajit ovat vaikuttaneet suuresti trailereiden kehitykseen.

### **3 Elokuvatrailerin ääni**

#### **3.1 Äänen ja musiikin merkitys nykyaikaiselle elokuvalle**

Jotta voidaan perehtyä äänen ja musiikin merkitykseen elokuvatrailerissa, on ensin syytä perehtyä laajempaan kokonaisuuteen; äänen ja musiikin merkitykseen elokuvassa. Tiivistettynä elokuvatraileri on mainosvideo elokuvasta, mutta sen äänikerronnallinen tyyli voi poiketa suurestikin itse elokuvan äänimaailmasta. Pääosin trailerin äänisuunnittelussa pätevät kuitenkin samat lainalaisuudet kuin pitkässä elokuvassakin.

Elokvien ensimmäisten vuosikymmenten aikana elokuvat opittiin tuntemaan vain visuaalisena kokemuksena. Synkronoidun ääniraidan kehittymisen myötä 1920-luvulla useat elokuvataiteilijat suhtautuivat jopa vihamielisesti tähän uuteen teknologiaan. Äänielokuva vakiinnutti asemansa kuitenkin hyvin nopeasti, eikä nykyihminen enää osaisi kuvitella menevänsä katsomaan elokuvaa ilman ääniraitaa. Tästäkin huolimatta elokuvaa yhä pidetään usein visuaalisena kokemuksena. Silmien hallitsevuus aistikokemuksissa korvien edellä voi johtua tavastamme perustaa tietomme näköhavaintoihin kuulohavaintojen sijaan (Kivi 2012, 205). Jokainen on kuullut sanonnan ”uskon kun näen”.

Kommunikaatio itsessään ei ole kuitenkaan pelkästään visuaalinen ilmiö. Psykologit ovat arvioineet, että yli kaksi kolmasosaa ihmisten oppimasta informaatiosta on havainnoitu korvien kautta. Loput neljä aistia käsittävät alle 30 % ihmisen havainnoimasta tiedosta. (Rose 2003, 71.) Valtavirtaelokuvista on jopa arvioitu, että 80 % niiden kerronnasta lepää äänen varassa vaikka äänen osuus elokuvan budjetista on keskimäärin vain 10 % (Kivi 2012, 9). Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että äänielokuva ilman kuvaa olisi informatiivisempi kuin elokuva ilman ääniraitaa. Kuva ja ääni, aivan kuten silmät ja korvatkin, tarvitsevat toisiaan taatakseen täyden audiovisuaalisen katselukokemuksen. Heikkolaatuinen ääniraita, tunnelmaan sopimaton musiikki sekä ylilyödyt tai vajavaiset äänitehosteet syövät auttamatta hyvin kuvatun ja leikatun elokuvan

tehoa. Sama efekti toimii myös päinvastoin; ammattimainen ja omaperäinen ääniraita jää niin sanotusti kuuroille korville, mikäli elokuvan näyttelijäohjaus, kuvaus, leikkaus ja/tai jälkikäsittely eivät täytä nykyaikaisia laatustandardeja.

Keskivertokatsojalle tunnistettavimmat äänielementit elokuvassa ovat dialogi ja musiikki. Kärjistetysti voidaan sanoa, että moderneissa elokuvissa suurin osa informaatiosta sisäistetään dialogin kautta ja suurin osa tunnelmasta omaksutaan musiikin kautta. Näiden tehtävien lisäksi äänellä on kuitenkin lukemattomia muita tehtäviä ja mahdollisuuksia. Näitä ovat esimerkiksi kuvan jatkuvuuden tukeminen ja vahvistaminen, ajan ja tilan määrittäminen, rytmin ja dynamiikan ylläpito sekä psykologisten luonnekuvien luominen (Kivi 2012, 202). Äänellä voidaan lisätä elokuvaan myös tarinallisia tapahtumia, joita ei koskaan todellisuudessa kuvattukaan. Näissä tapauksissa ehtona kuitenkin on, että katsoja kykenee assosioimaan elokuvassa kuulemansa äänen todellisessa elämässä oppimaansa äänilähteeseen (Kantosalo & Konttinen 2008, 9).

Äänen ja kuvan yhteistyö elokuvassa perustuu ennen kaikkea synkronisaatioon. Nykyaikana *surround* –miksatut elokuvat todistavat, että katsoja osaa yhdistää kuvan ja äänen, vaikka niiden lähteet olisivat päinvastaisessa suunnassa. Kuitenkin pienetkin virheet kuvan ja äänen synkronisaatiossa sotkevat äänielokuvalla tärkeän psykologisen efektin. (Kantosalo & Konttinen 2008, 8-9.) Esimerkiksi epäsynkronoitu askel, nyrkinisku tai repliikki irrottaa helposti katsojan hetkeksi elokuvan maailmasta ja aiheuttaa katsojalle hämmennystä. Synkronointi on helppo mutta tarkkuutta vaativa toimenpide ja synkronisaatio-ongelmat moderneissa elokuvissa tai trailereissa ovat äärimmäisen harvinaisia.

Useimmiten ääniraidan tulee olla kuvaa realistisempi. Televisiota tai valkokangasta katsoessaan ihmiset eivät oleta näkevänsä ikkunaa toiseen todellisuuteen. Tiedostamme tauotta kameraliikkeen ja leikkauksen vaikutuksen, joka muistuttaa meitä elokuvan ohjaajan meille määrittelemästään todellisuudesta. Tätä kutsutaan Samuel Taylor Coleridgen sanoin ”vapaaehtoiseksi epäuskon vaijentamiseksi” (eng. willing suspension of disbelief). Mutta hyvin laaditussa ääniraidassa ainoa täysin epäuskottava asia musiikki. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että elokuvaääni voisi täysin vastata



ympärillä kuulemaamme äänimaisemaa. Mikrofonit kuulevat asiat eri tavalla kuin korvamme, ja vaikka tulevaisuudessa olisikin mahdollista päästä entistä realistisempaan ääniraitaan uusien äänitys- ja äänentoistotekniikoiden myötä, elokuvaääni tulee aina säilymään elokuvaäänenä. (Rose 2003, 73-74.)

### 3.2 Trailerin äänisuunnittelun erot pitkään elokuvaan verraten

#### 3.2.1 Äänisuunnittelun taiteellisia eroavaisuuksia

Elokuvatrailerit mainostavat pitkää elokuvaa ja usein koostuvat pääosin elokuvaa varten kuvatusta materiaalista. Tästä huolimatta trailereiden valmistamisen lähtökohdat niin äänisuunnittelun, leikkauksen kuin muidenkin osa-alueiden osalta ovat täysin erilaiset kuin pitkässä elokuvassa.

Ääniraidan kerrokset trailerissa ja elokuvassakin ovat pohjimmiltaan samankaltaiset. Niissä on kuitenkin joitakin eroja johtuen trailereiden lyhyestä kestosta sekä musiikin ja tehosteäänien paljoudesta.

Pitkä elokuva	Elokuvatraileri
1. Dialogi ja voice-over	1. Dialogi ja voice-over
2. Toimintääänet eli kovat ääniefektit	2. Musiikki Erikoistehosteäänet
3. Musiikki	3. Toimintääänet eli kovat ääniefektit
4. Taustääänet (liikenne, väkijoukko)	4. Taustääänet (kuullaan harvoin)
5. Luonnolliset äänet (ambienssi, tila)	5. Luonnolliset äänet (kuullaan harvoin)

**Taulukko 1**

Taulukossa 1 nähdään äänikerrosten priorisointi pitkässä elokuvassa (Rose 2003, 86-89) sekä elokuvatrailerissa. Trailereissa keskitytään elokuvia enemmän musiikkiin ja rytmiikkaan. Kuten elokuvissakin, tärkeintä trailereissa on dialogin ja kerronnan osuus. Sen sijaan erikoistehosteäänet ovat usein trailereissa ylikorostettuja ja miksauksessa ne sekoitetaan monesti yhteen musiikin kanssa. Luonnollisia ääniä, kuten tila-ambienssia trailereissa kuullaan harvoin.

Bryan Jerdenin (Albrechtsen 2012) mukaan musiikin käyttö on yksi merkittävimmistä eroista pitkän elokuvan ja elokuvatrailerin äänisuunnittelun välillä. Trailerin ääniraitaa luodessa on ensiarvoisen tärkeää tietää, kuinka hyödyntää musiikin rytmiä. Musiikki ajaa trailereita eteenpäin ja mikäli ääniefektit ovat ristiriidassa musiikin rytmin kanssa, ääniraita ei toimi toivotulla tavalla. (Albrechtsen 2012.) Hollywood-trailereista tutut tehosteääniefektit on rytmittettävä siten, että ne integroituvat vallitsevaan trailerimusiikkiin ja luovat siten luontevan linkin kuvan ja ääniraidan välille. Elokuvissa sen sijaan taustamusiikin tehtävä on vain luoda ja tehostaa tunnelmaa, eikä sen rytmin tarvitse olla synkronoitu yhteen leikkauksen kanssa (pois lukien montaasi). Elokuvien äänimaailma on yleisesti ottaen trailereita realistisempi ja tiläänen merkitys on suurempi kuin trailereissa, joissa tilat ja lokaatiot vaihtuvat nopean leikkauksen edetessä hyvinkin vauhdikkaasti. Trailerit perustuvat pitkiä elokuvia enemmän musiikkiin ja rytmitettyihin tehosteääniin.

### **3.2.2 Trailerin ääniraidan rajoituksia**

Ilmeisin eroavaisuus trailerin ja elokuvan välillä on kesto. Trailereiden keskimittana on noin 2,5 minuuttia, kun taas nykyaikaisen pitkän Hollywood-elokuvan kesto on keskimäärin noin 110 minuuttia (Sciretta, 2009). Trailerin äänisuunnittelua ei voi kuitenkaan verrata elokuvan kaksi minuuttia pitkän kohtauksen äänisuunnitteluun, sillä trailerin rytmi on useimmiten paljon nopeampi kuin elokuvan ja sen lyhyeen aikaan mahtuu useita toimintakohtauksia, suvantokohtia, hahmo- ja näyttelijäesittelyitä sekä alku- ja loppukoukut. Trailerilla halutaan luoda mielikuva monipuolisesta ja kiehtovasta elokuvasta monimutkaisine juonenkäänteineen, eikä äänisuunnittelun merkitystä tässä tavoitteessa voida väheksyä. Suuren tunnelatauksen ja informatiivisen äänikerronnan tiivistäminen näin lyhyeen aikaan luo trailerille omat haasteensa sekä rajoitteensa.

Yhdysvalloissa trailereiden valmistus ulkoistetaan täysin erilliselle työryhmälle. Hollywoodissa trailereiden valmistusprosessi alkaa usein jo tuotannon alkuvaiheessa, kun valmis käsikirjoitus päätetään tuottaa pitkäksi elokuvaksi.

Tällöin elokuvan markkinointityöryhmä etsii käsikirjoituksesta iskeviä repliikkejä tai koukkuja, joiden pohjalta traileria voidaan alkaa käsikirjoittamaan (Kotiranta 2007, 11.) Vaikka trailereiden tuotantoprosessi alkaa varhaisessa vaiheessa, trailereiden äänisuunnittelijoille ei anneta yhtä paljon aikaa. Pitkien elokuvien äänisuunnittelijoiden työrupeama on yleensä vähintäänkin useita kuukausia, mutta trailereihin erikoistuneiden äänisuunnittelijoiden on työstettävä trailereiden ääniraidat hyvinkin nopeasti. Ääniraidan tekemiseen voidaan varata aikaa noin viikko tai enemmän, mutta vähimmillään aikaa voi olla jopa vain 24 tuntia (Albrechtsen 2012).

Myös tekniset rajoitteet vaikuttavat trailereiden äänisuunnittelijoiden työhön heidän valitessaan taiteellisia ratkaisuja. Elokuvateattereilla ja televisiolla on omat standardinsa ääniraidan äänekkyydelle joita trailereiden on noudatettava esitysluvan saadakseen. Yhdysvalloissa elokuvateattereissa on käytössä The TASA Standard, joka on Trailer Audio Standards Associationin kehittämä äänekkyysstandardi elokuvateattereissa esitettävälle trailerille. Standardi on kehitetty teatterinomistajien liiton (National Association of Theatre Owners) pyynnöstä trailereiden äänenvoimakkuuksien noustessa liian suuriksi ja katsojien häiriinnyttyä asiasta. TASA mittaa trailerin äänekkyyttä suhteutettuna kaikista haitallisimpiin taajuuksiin, sillä esimerkiksi 85 desibeliä voimakas lasin rikkoutuminen on tärykalvoille huomattavasti vaarallisempi kuin 85 desibeliä mitattu 100 Hz taajuinen matala äänilähde. (Dolby Laboratories Inc, 2015.) Euroopassa yleisesti televisiossa käytössä oleva EBU R128 – äänekkyysstandardisuositus perustuu samankaltaiseen menetelmään. Sen avulla kaiken televisiotarjonnan keskimääräinen äänekkyys pakotetaan samalle tasolle ohjelmatyypistä riippumatta. (Hänninen 2015, 15-17.) Tämänkaltaiset tekniset rajoitteet tulevat käytännössä ajankohtaisiksi vasta miksaus- ja masterointivaiheessa (jokaista esityskanavaa varten tehdään oma miksaus- ja masterointiversionsa), mutta äänisuunnittelijan on tärkeää ottaa nämä standardit huomioon jo äänileikkauksen yhteydessä.

### **3.3 Trailerin äänellisiä tehokeinoja**

#### **3.3.1 Erikoistehosteäänet**

Erikoistehosteäänet ovat oleellinen äänellinen keino moderneissa elokuvatrailereissa. Trailereissa ne ovat tyypillisesti matalilta taajuuksilta kumisevia räjähdysten- tai pamahduksenomaisia tehosteääniä, joiden tehtävänä on rytmittää leikkausta ja kerrontaa, tukevoittaa äänimaailmaa sekä dramatisoida kuvia ja kohtauksia. Niitä voidaan käyttää myös aika- tai ajatussiirtymien, kuten unen tai takauman äänellisenä kuvaajana (Kivi 2012, 225).

Erikoistehosteet ovat tehokas keino luomaan vahvaa tunnelatausta trailerille. Nokkelasti käytettynä niillä voidaan saada vähemmänkin shokeeraava kuva tai tapahtuma vaikuttamaan dramaattiselta (Rose 2003, 88). Erikoistehosteääniä voidaan käyttää esimerkiksi äkillisen hyökkäävyyden lisäämiseksi tai jännittävän tunnelman luomiseksi. Usein trailereissa halutaan korostaa varsin arkistenkin toimintojen, kuten oven avaamisen tai puhelimen sulkemisen äänellistä syvyyttä. Lisäämällä niiden foley-äänten pohjustaksi matalataajuuksisia erikoistehosteääniä näihin toimintoihin saadaan lisää dramaattisuutta. Matalalta jylisevät erikoistehosteäänet yksinkertaisesti saavat elokuvatrailerin kuulostamaan katsojan korvaan uskottavammalta (Albrechtsen 2012).

Matalataajuuksiset erikoistehosteet ovat hyödyllinen työkalu myös siitä syystä, etteivät ne vaikuta esimerkiksi TASA –äänekkyysstandardeihin (Trailer Audio Standards Association). Mainostajat haluavat trailereiden olevan mahdollisimman voimakkaan kuuloisia maksimaalisen huomion herättämiseksi elokuvateattereissa. Matalalta soivat erikoistehosteäänet luovat trailerille voimakkuudentunnetta ilman, että ne nostaisivat trailerin äänekkyyttä yli rajojen tai että aiheuttaisivat katsojille kuulovaurioriskiä.

### 3.3.2 Hiljaisuus

Hiljaisuus on erittäin tehokas äänen tehokeino. Sopivaan kohtaan sijoitettuna hiljaisuudella voi olla dramaattinen tai suorastaan shokeeraava vaikutus katsojaan (Albrechtsen 2012). Hiljaisuuden kaksi pääalajia ovat absoluuttinen hiljaisuus ja luonnollinen hiljaisuus. Absoluuttinen hiljaisuus tarkoittaa nimenmukaisesti sitä, että kaikki kyseisen kohdan ääniraidat on vaimennettu. Luonnollinen hiljaisuus on voi puolestaan sisältää tilääntä kuten tuulenvirettä, sisätila-ambienssia tai hyönteisten surinaa. (Kivi 2012, 228.) Trailereissa luonnollisessa hiljaisuudessa käytetään usein tiläänen sijaan vaimeaa matalataajuuksista ambienssia, piinaavaa ininää tai hiljaisia erikoistehosteäänä.

Hiljaisuuden käyttö on niin vahva ilmaisukeino, että sen pitää olla perusteltua ja harkinnalla toteutettua. Teennäinen tai kliseinen hiljaisuuden käyttö voi heikentää trailerin uskottavuutta (Albrechen 2012). Vakavasti otettavana äänielementtinä hiljaisuuden huolimaton käyttö saa katsojassa aikaan vääränlaisia assosiaatioita ja pahimmassa tapauksessa voi rikkoa koko trailerin rytmin. Absoluuttisen hiljaisuuden käyttäminen on usein riskialtista, sillä se saattaa aiheuttaa katsojalle ahdistuneen tai yksinäisen tunteen. Toisaalta tätä voidaan käyttää myös tehokeinona, sillä ensimmäinen hiljaisuuden rikkova voimakas ääni purkaa hiljaisuuden luoman latauksen ja vapauttaa katsojan jännityksestä. (Kivi 2012, 229.)

Niin pitkissä elokuvissa kuin elokuvatrailereissakin äänellä on vahva vaikutus kuvaotoksen kuvitteelliseen keston ja sen katselukokemukseen. Useimmiten äänen mukana olo lyhentää otoksen elämyksellistä kestoja ja vastaavasti äänen vajavaisuudella voidaan pidentää otoksen ajantuntua. (Kivi 2012, 207.) Trailereissa tämä efekti kasvattaa merkitystään niiden tiiviin tahdin ja lyhyen keston vuoksi. Kuten aiemmin on todettu, musiikki ajaa trailereita eteenpäin. Kun musiikki keskeytetään vaikka vain sekuntien ajaksi ja tilalle annetaan piinaava hidastempoinen äänimaailma (esimerkiksi sydämen pulssi) tai jopa absoluuttinen hiljaisuus, sekuntien mittaisen otoksen elämyksellinen kesto voi moninkertaistua. Tämä on trailereissa erittäin paljon käytetty tehokeino, ja sitä yleensä seuraa voimakas musiikki ja toiminnallinen kuvakerronta. Tällaisella

äänellisen kontrastin käytöllä trailerin lyhyeen mittaan voidaan luoda paljon enemmän dynamiikkaa ja tunnelatausta kuin pitkässä elokuvassa yleensä kahden minuutin aikana on mahdollista.

### **3.4 Elokuvamusiikki tunnelmanluojana**

#### **3.4.1 Johdanto**

Musiikilla on sivilisaatiossamme tuhansia vuosia pitkä historia. Eri kulttuurien musiikillisten elementtien yhdistyessä sen lainalaisuudet on opittu tuntemaan niin hyvin, että musiikin avulla välitettävä tunneskaalojen kirjo on valtava. Taitava ja luova säveltäjä kykenee nuotittamaan eri tunnetiloja esimerkiksi surumielisiksi, painostaviksi, ahdistuneiksi tai aggressiivisiksi ääniteoksiksi. Yleisö puolestaan on oppinut tulkitsemaan näitä musiikillisia elementtejä ja yhdistämään ne kokemuksiinsa tunnetiloihin. Elokuvalle ja elokuvamusiikille tämä tarjoaa äärettömästi mahdollisuuksia tarinankerronnan ja tunnelman syventämiseksi.

Musiikki oli osa elokuvakokemusta jo ennen äänielokuvan keksimistä. Tuolloin elokuvateattereissa soitettiin musiikkia sekä lisäämään tunnelmaa että peittämään filmiprojektoreiden kovaäänistä meteliä. Jo tuohon aikaan musiikki pyrittiin synkronoimaan mahdollisimman tarkasti kuvan tapahtumiin. (Kantosalo & Konttinen 2008, 6-7.) Musiikin merkitys elokuvataiteessa oli jo siis ymmärretty ennen *The Jazz Singeriä* ja sen jälkeisiä varhaisia äänielokuvia. Musiikin todellinen potentiaali elokuvassa pääsi kuitenkin oikeuksiinsa vasta kun opittiin liittämään ääniraita filmiin ja elokuva kyettiin jo ennalta suunnittelemaan kuvan ja äänen yhteistuotokseksi. Viimeistään tässä vaiheessa elokuvamusiikista syntyi oma taiteenlajinsa.

Elokuvamusiikki – niin kuin elokuva yleisestikin – on aina seurannut enemmän tai vähemmän ajan henkeä. Monista vanhemmista elokuvista pystyy aistimaan niiden tekovuosikymmenen jo pelkän musiikin avulla. Elokuvissa on alusta asti käytetty aikansa populaarimusiikkia, joka on ajan saatossa muuttunut hyvin

paljon. Orkestraalinen elokuvamusiikki sen sijaan on pysynyt melko samankaltaisena jo liki sata vuotta. Kun vertaillaan esimerkiksi Max Steinerin säveltämää musiikkia elokuvalle *King Kong* (1933), Basil Poledouriksen musiikkia *Conan The Barbarianille* (1982) tai Hans Zimmerin musiikkia Christopher Nolanin modernin ajan *Batman* –elokuville, suurimmat eroavaisuudet tulevat esiin äänitystekniikoissa ja nykyajan kehittyneemmissä miksaus- ja efektointimahdollisuuksissa. Musiikillisesti vuoden 1933 *King Kongin* orkestraalista musiikkia voitaisiin yhä kuulla nykyaikaisessa elokuvassa, mikäli se olisi modernilla tekniikalla tuotettua.

### 3.4.2 Elokuvamusiikin perustehtävät

Aaron Copland jaottelee elokuvamusiikille viisi perustehtävää: 1) luoda tunnelmaa, 2) alleviivata hahmojen psykologista tilaa, 3) täydentää taustaa, 4) luoda jatkuvuutta sekä 5) pitää yllä jännitystä ja täydentää kohtauksen tai elokuvan sulkeutumista (Bacon 2000, 238). Nämä viisi kohtaa listaavat kattavasti elokuvamusiikin tärkeimmät tehtävät. Useissa elokuvissa musiikki paljastaa elokuvan yleistunnelman ennen kuin mitään on varsinaisesti ehtinyt tapahtuakaan. Samoin esimerkiksi tarinan päähenkilön päättäväisyyttä, ahdinkoa tai seesteisyyttä voidaan tehostaa voimakkaasti säveltäjän kohdistetusti säveltämällä musiikilla. Jatkuvuutta musiikilla luodaan esimerkiksi montaaseissa ja kohtauksessa pitkittämällä tiettyä musiikillista teemaa ja lopulta saattamalla se loppuun luodaan elokuvalle tai kohtaukselle jännitys ja sulkeutuminen. Musiikilla voidaan myös selventää tarinan tai konseptin lähtökohtia, sitoa kohtauksia tai leikkauksia toisiinsa, kiinnittää huomio tärkeään juonelliseen tai visuaaliseen elementtiin tai se voi olla jopa itsenäinen hahmo. Videokuvaan liitettyä musiikki voi olla ”kaikkea ja kaikkialla” (Rose 2003, 83).

Musiikki vaikuttaa suuresti katsojalle välittyvään tunnelmaan tai jopa suoraan katsojan tunteisiin. Joskus sillä on jopa niin suuri vaikutus, että esimerkiksi synkkä tai romanttinen musiikki vaikuttaa suoraan siihen, kuinka koemme kahden henkilön välisen dialogin (Rose 2003, 84). Näin ollen musiikilla voi olla myös kerronnallinen vaikutus. Jerrold Levinsonin mukaan musiikin voidaan katsoa palvelevan kerrontaa, mikäli sen ansiosta jokin asia on tarinallisesti tosi

tai että se vahvistaa käsitystämme tarinankulusta (Bacon 2000, 239). Tällaisessa tapauksessa musiikki voi paljastaa jotain, mitä kuva itsessään ei paljasta – esimerkiksi lähestyvä uhka- tai vaaratilanne tai jonkin henkilöhahmon reaktio, jota muut henkilöhahmot eivät näe mutta katsoja aistii.

### 3.4.3 Parafraasi ja kontrapunkti

Elokuvamusiikki on jaoteltu legendaarisen neuvostoliittolaisen elokuvaohjaaja Sergei Eisensteinin ajoista lähtien parafraaseihin ja kontrapunkteihin. Parafrasilla tarkoitetaan musiikin käyttämistä tarinankerronnan ja tapahtumien myötäilijänä ja tunnelman vahvistajana. Kontrapunktilla taas tarkoitetaan musiikin sommittelemista kuvan tapahtumia tai sen esittämää tunnelmaa vastaan. (Bacon 2000, 234-235.) Suurin osa elokuvamusiikista on tehty parafrasiksi, sillä useimmiten musiikilla halutaan tukea ja vahvistaa kuvan tunnelmaa ja koska se on yleisölle helpoiten omaksuttavissa. Kontrapunktin käyttö on kuitenkin erittäin vahva tehokeino oikein käytettynä. Asettelemalla kuvan tapahtumat ja musiikki täysin päinvastaisiksi saadaan luotua tunnelma, jossa katsoja lumoutuu tapahtumiin hämmennyksen vallassa. Eräs tunnetuimpia esimerkkejä tällaisesta musiikin käytöstä on Stanley Kubrickin *Kellopelempiini* (1971), jossa silmittömän väkivallan yhteydessä käytetään toistuvasti kaunista klassista musiikkia. Musiikkivalinta on omiaan lisäämään kohtauksen puistattavuutta mutta samalla myös kiehtovuutta, joskin kieroutuneella tavalla.

Rockmuusikko ja elokuvaohjaaja Rob Zombie on puolestaan käyttänyt kontrapunktin tehoa loistavasti hyödykseen modernissa kulttikauhuelokuvassa *House of 1000 Corpses* (2003). Elokuvan loppukohtauksessa poliisipartio saapuu tarkastukselle maatilalle. Poliisipartion avatessa ladon oven he näkevät alastomiksi riisutut ruumiit roikkumassa katosta, jolloin Slim Whitmanin esittämä iloisesti jodlaava countrylaulu alkaa soimaan aiheuttaen sekasortoisen tunnelman. Katsoja aistii, ettei tarina tule päättymään onnellisesti. Countrymusiikin pirteästi soidessa poliisit yksi kerrallaan eliminoidaan hidastuskuvan tehostaessa kohtauksen absurdiutta. Laulu lakkaa, kun viimeinen poliisi on polvillaan valmiina teloitettavaksi. Seuraa kymmenien



sekuntien kestoinen liikkumaton hiljaisuus, kunnes ase laukeaa ja lintujen laulu sekä koirien haukunta palaa täyttämään äänimaailmaa. Tätä kohtausta voidaan kutsua myös kontrastiseksi montaasiksi (Kantosalo & Konttinen 2008, 13-14). Tämän kohtauksen tapauksessa vastakkain aseteltu musiikki ja kuva täydentävät toisiaan luomalla äärimmäisen puistattavan mutta samalla elokuvaväkivaltavihteellisesti ”kauniin” kontrapunktin.

Elokuvamusiikilla voidaan siis vaikuttaa hyvin merkittävästi elokuvan tunnelmaan, kerrontaan sekä hahmojen olemuksiin. Äänielokuvan lähes satavuotisen historian aikana musiikin käyttämisen keinot ovat kehittyneet merkittävin askelin ja nerokkaimmat musiikin sommittelijat kykenevät vaikuttamaan merkittävästi tarinaan elokuvamusiikin avulla. Trailereiden musiikissa pätevät samat lainalaisuudet, mutta musiikin rooli on elokuvista hieman poikkeava.

### **3.5 Musiikin käyttö elokuvatrailerissa**

#### **3.5.1 Musiikin merkitys trailerille**

Toisin kuin elokuvissa, trailereiden musiikilla on harvemmin kerronnallista merkitystä. Sen sijaan rakenteellisesti, rytmillisesti ja tunnelmallisesti trailereiden musiikilla on usein elokuviakin suurempi rooli. Traileriin valittu musiikki yhdessä visuaalisen materiaalin kanssa muodostavat tärkeän pohjan markkinoitavan elokuvan identiteetin brändäämiselle. Reilun kahden minuutin ajan trailerimusiikki toimii yhteistyössä kuvan kanssa ja luo olennaisen osan siitä elokuvavaikutelmasta, jonka tuottajat haluavat välittää maksavalle yleisölle. Modernit trailerit mukailevat MTV:n hengessä nopeaa leikkausrytmiä ja on hyvin tärkeää, että musiikki kykenee tukemaan ja korostamaan kuvan luomaa energiaa. Dialogi ja toimintaäänit ovat usein sisällöllisesti trailerin ääniraidan ydin, mutta vauhti ja tunnelma sanellaan musiikin ehdoin. (Silverberg 2008.)

Trailereissa käytetään harvoin mainostettavaa elokuvaa varten sävellettyä musiikkia (Silverberg 2008). Syyt voivat olla joko taiteelliset, kaupalliset tai

puhtaasti käytännölliset. Elokuvamusiikin säveltäminen on usein eräs koko tuotantoprosessin viimeisimpiä vaiheita ja tässä tuotannon vaiheessa markkinoinnin tulisi olla jo käynnissä (Kendall 1993). Näissä tapauksissa äänisuunnittelijalle joko osoitetaan mitä valmista musiikkia hänen tulee käyttää tai hänelle annetaan vapaat kädet valita tai luoda itse musiikkinsa. (Albrechtsen 2012). Usein Hollywood-trailereissa kuullaan samaa musiikkia. Esimerkkinä voidaan todeta tunnetun saksalaisen elokuvasäveltäjän Hans Zimmerin musiikki, jonka parhaiden sävellysten käyttämisen elokuvatrailereissa tuotantoyhtiöt ovat ilmiselvästi todenneet toimivaksi ratkaisuksi (Turjansalo 2008, 48). Useimmiten Hollywood-trailereissa kuullaan lajityypistä riippuen orkestraalista elokuvamusiikkia, syntetisaattoripohjaista tai digitaalista elokuvamusiikkia, rock-, pop-, funk- tai hip hop –musiikkia, countrya, kuoromusiikkia, balladeja tai jopa kaunista folkia.

### **3.5.2 Rytmien hyödyntäminen**

Rytmillä on erittäin suuri merkitys elokuvatrailerille. Usein musiikin rytmi ja sen tempo määrittelee trailerin leikkausnopeuden (Kehe & Palmer 2013). Äänisuunnittelijan on osattava hyödyntää rytmiä, jotta tehokkain mahdollinen lopputulos saadaan aikaiseksi. Mikäli äänisuunnittelija luo itse musiikin tai käyttää sellaista trailerimusiikkia, jolla on jälkiprosessointimahdollisuuksia, tempon muuttaminen ja rytmin venyttäminen on erittäin hyödyllinen tehokeino. Näin musiikin rytmi saadaan synkronoitua kuvakerrontaan ja tehosteäänet voidaan rytmittää yhteen musiikin kanssa, jolloin kuvan ja äänen yhteistyö on erittäin voimakasta. (Albrechtsen 2012.)

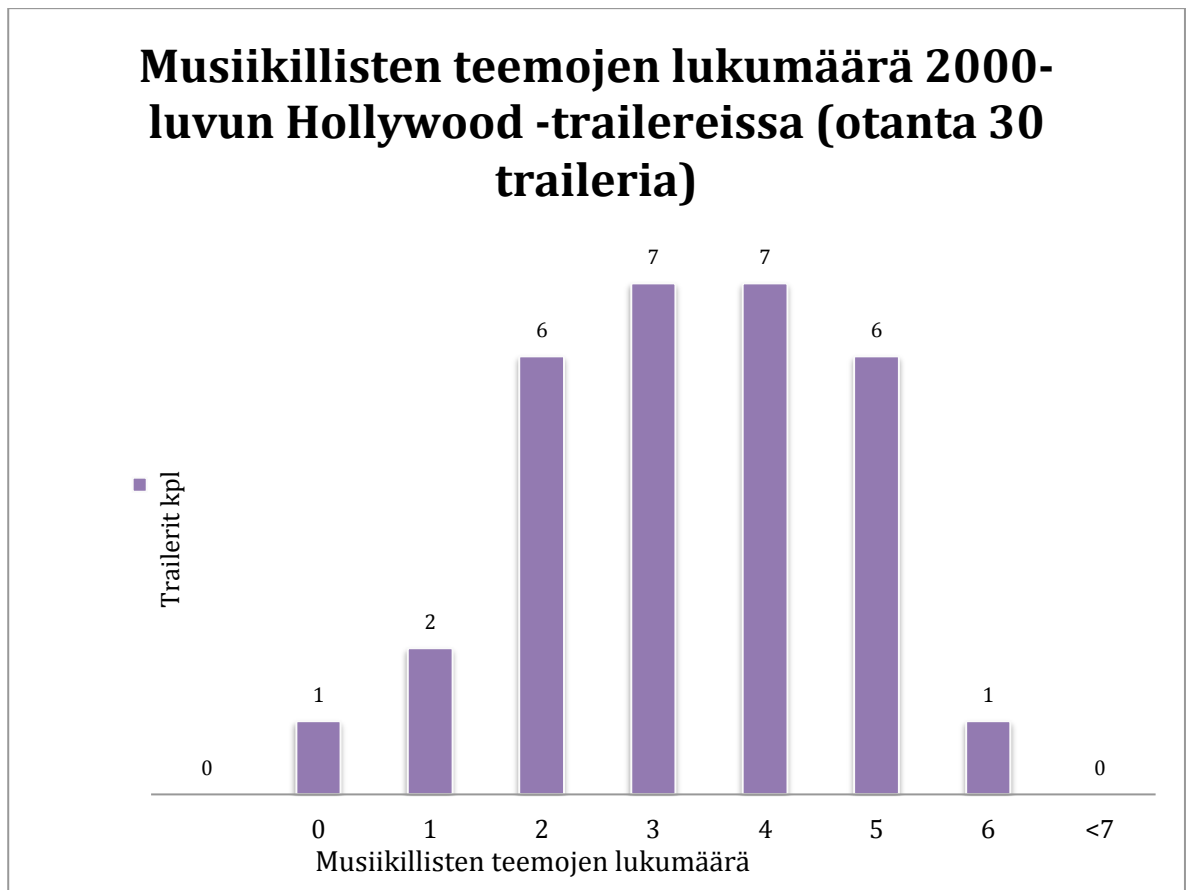
Yksinkertaisimmillaan trailerissa kuultava musiikki voi perustua vain muutamaan nuottiin tai sointuun sekä intensiiviseen rytmiin. Lyhyen aikaa käytettynä yksinkertainenkin musiikki riittää nostamaan mielenkiintoa traileria kohtaan ilman että katsoja välttämättä edes ehtii kiinnittämään huomiota musiikkiin. Tästä huolimatta trailerimusiikki luo trailerille tunnelman, jonka katsoja omaksuu.

Trailerin vauhdista ja intensiivisyydestä riippuen tasarytmisen musiikki voi olla sellaisenaan väritön vaihtoehto toiminnantäyteiseen traileriin edes lyhyenä esityksenä. Tällaisessa tapauksessa musiikki voidaan pilkkoa esimerkiksi puolen tahdin, kokonaisen tahdin tai useamman tahdin pituisiin osiin. Mikäli trailerin leikkaus antaa myöten, ne voidaan rytmittää vuorottelemaan dialogin ja toiminnan kanssa – käyttäen musiikkia toiminnan alla ja keskeyttäen se hetkeksi kunnes dialogi (tai useimmiten yksittäinen repliikki) päättyy (Rose 2003, 85). Tällaista tehokeinoa käytetään nykyaikana etenkin toiminta- ja komediaelokuvatrailereissa. Myös kauhuelokuvatrailereissa voidaan kuulla vastaavanlaista ratkaisua, mutta tällöin rytmikka on usein korvattu korvia piinaavan äänimassan ja hiljaisuuden välisellä vuorottelulla.

### **3.5.3 Musiikillisten teemojen lukumäärä**

Trailereiden lyhyestä kestosta huolimatta niissä kuullaan useimmiten otoksia useista eri kappaleista tai sävellyksistä. Trailerissa on tärkeää, että musiikilla luodaan kontrastia (Albrechtsen 2012). Etenkin rytmin ja tempon vaihtelut eri kappaleiden välillä luovat trailerille rikasta ja moniulotteista luonnetta. Musiikin vaihdokset seuraavat tyypillisesti trailerin rakenteellista kehitystä. On hyvin tyypillistä, että musiikin intensiteetti kasvaa askel askeleelta trailerin edetessä, ja huippukohta kuullaan ennen viimeistä loppurepliikkiä. On tärkeää muistaa, että samankaltaisella musiikilla liian täyteen ahdettu traileri menettää helposti tehonsa.

Trailereilla voidaan kuitenkin kuulla myös vain yhtä musiikkiteosta. Mark Woollen, kokenut videoleikkaaja ja trailereiden tekijä on tehnyt monet tunnetuimmista trailereistaan vain yhden musiikkikappaleen turvin. Hänen mukaansa joskus jopa 70-80 % trailerin tekemiseen käytettävästä ajasta voi kulua täydellisen musiikkikappaleen etsimiseen. Trailereissa on pohjimmiltaan kyse rytmistä, vauhdista ja tunnetilasta. Woollenin mukaan yksi ”täydellinen” kappale voi monesti antaa eväät erinomaisen trailerin tekemiselle. (Kehe & Palmer 2013.)



Kaavio 1

Kaaviossa 1 on valittu satunnaisesti kolmekymmentä 2000-luvulla tehtyä Hollywood-traileria ja laskettu niiden sisältämien musiikillisten teemojen lukumäärä. Otantaan valittiin toiminta-, seikkailu- ja draamaelokuvia. Kaaviosta ilmenee, että suurimmassa osassa Hollywood-trailereista on käytetty 2-5 erilaista musiikillista teemaa. Otannan keskiarvo on 3,3 musiikillista teemaa. Lähes kaikissa trailereissa musiikki vaihtui alkupuolella nopeammin, kun taas loppua kohden rytmilliset ja teemalliset vaihdokset hidastuivat. Clint Eastwoodin ohjaaman arvostelumenestyselokuvan *American Sniperin* (2015) traileri oli otannan ainoa, jossa oli luotettu puhtaasti kerronnalliseen voimaan ilman lainkaan musiikkia. Onkin hieman ironista, että vaikka yleensä musiikilla luodaan trailerille tunnelma, oli *American Sniperin* traileri karuudessaan yksi koko otannan tunteisiin vetoavimmista raa'an aiheensa ja loistavan ohjaustyönsä ansiosta. Tässä laskennassa ei kuitenkaan otettu huomioon

sellaisia ratkaisuja, jossa samaa musiikillista teemaa käytettiin sekä rauhallisena että intensiivisempänä ja rytmikkäämpänä versiona. Tällaisella teeman intensiteetin vaihdoksella saadaan luotua raju dynaaminen muutos, jonka ansiosta trailerin tunnelatauksessa saadaan aikaan vaihtelua ilman varsinaista musiikillisen teeman vaihdosta.

Mitä nopearytmisempää ja intensiivisempää musiikki on, sitä enemmän vaihtelua tarvitaan. Korvat puutuvat helpommin yhtäjaksoiselle voimakkaalle musiikille, ja tällaisessa tapauksessa myös hiljaisuuden merkitys kasvaa. Rauhallisempi musiikki taas säilyttää kauemmin kiinnostavuutensa, ja tällaista musiikkia käyttävät trailerit eivät tarvitse montaa teeman vaihdosta. Useissa tapauksissa esimerkiksi vakavatunnelmaiset draama- ja trillerielokuvat hyödyntävät vähäistä määrää eri musiikillisia teemoja, kun taas toiminnallisemmat ja viihteellisemmät elokuvat hyödyntävät useampia teemoja ja niiden vaihdoksia. Teemojen lukumäärän noustessa kuitenkin liian suureksi trailerilla on vaara muuttua sekavaksi ja huomiopiste voi vaihtua kerronnasta jatkuvaan musiikillisen teeman vaihteluun. Kaaviossa 1 nähdään, että viidesosa otannan trailereista on hyödyntänyt viittä teemaa, kun taas vain 3,3 % on käyttänyt kuutta tai useampaa teemaa. Teemojen ylittäessä viiden teeman rajapyykin on syytä harkita vakavasti, tarvitseeko traileri todella niin useaa eri musiikkikappaletta.

### **3.5.4 Populaarimusiikin käyttö**

Usein trailereissa halutaan käyttää tunnettuja populaarimusiikkikappaleita, sillä monet tuotantoyhtiöt uskovat niiden lisäävän elokuvan kaupallista potentiaalia (Silverberg 2008). 2000-luvulla populaarimusiikin käyttö yhdysvaltalaisissa elokuvatrailereissa on yleistynyt selvästi. Syyt tähän ovat pääasiassa kaupalliset. Markkinointikoneisto on erittäin pitkälle kehittynyt, eikä valintoja tehdä sattumanvaraisesti. Elokuvan potentiaalinen kohderyhmä ja sen musiikilliset mieltymykset analysoidaan hyvin tarkasti ennen päätöstä käyttää jotakin kappaletta trailerissa. Tässä edellytyksenä luonnollisesti on, että kappale ja sen rytmi sopii trailerin leikkausmuottiin. Kun otetaan tarkasteluun

vuosituhannen vaihteen jälkeen tehdyt toimintaelokuvatrailerit, joka kolmas traileri hyödyntää populaarimusiikkia (otannan ollessa 30 traileria). Osa populaarimusiikkikappaleista on vähemmän tunnettuja, kenties myös taiteellisista syistä valittuja, mutta trailereissa kuullaan myös Eminemin tai Mötley Crüen kaltaisia mega-artisteja. Tämän kaliiberin artistien rojalTIMaksut eivät ole halpoja, mutta markkinointiryhmä on arvioinut valinnan kannattavaksi.

David Silverbergin haastattelussa Yoav Goran, yksi trailerimusiikkiin keskittyneen Immediate Music –yhtiön perustajajäsenistä kertoo eri populaarimusiikkityylien sekä nimekkäiden yhtyeiden merkityksestä trailerimusiikille:

Kutsumme viime vuosien trendiä hybridiksi. Siinä sisällytetään elokuvalliset elementit kuten orkesteri ja kuoro yhteen nykyaikaisten elektronisten elementtien kanssa, joita löydetään modernista rockista, teknosta sekä urbaanista musiikista. Syy tälle on se, että trailerit halutaan yhä nähdä uniikkeina elokuvallisina kokemuksina jotka houkuttavat näkemään elokuvan teattereissa, mutta samaan aikaan halutaan näyttää niiden olevan moderneja ja trendikkäitä. Tämä pätee erityisesti toiminnallisempiin, paljon CGI –efektejä käyttäviin elokuviin. Nimekkäiden yhtyeiden musiikille riittää aina kysyntää elokuvien markkinointimateriaalissa ja lisensointihinnat ovat tippuneet viime vuosien aikana alaspäin. Mikäli jonkin yhtyeen kappale soi elokuvassa, tuottajat haluavat tyypillisesti (ei kuitenkaan aina) oikeuden käyttää kappaletta myös elokuvan markkinointikampanjassa. Trailerit ovat mainostamista ja tunnetuilla kappaleilla on aina kysyntää kun halutaan luoda tunnettuutta suuren yleisön keskuudessa. Joissakin tapauksissa niillä halutaan jopa huijata katsojaa luulemaan, että kappale kuullaan myös mainostettavassa elokuvassa. Meidän kokemuksemme mukaan hip hop ei yllättäen ole tullut jäädäkseen trailereihin. Rock ja pop ovat yhä dominoivat musiikkityylit puhuttaessa populaarimusiikista trailereissa. Jazz on hyvin harvinaista ja country lähestulkoon loistaa poissaolollaan. (Silverberg 2008.)

### 3.6 Voice-over

#### 3.6.1 Johdanto

Voice-over eli ei-diegeettinen kertojaääni on yksi perinteisimmistä elokuvatrailerin äänellisistä tarinankerronnan keinoista. Voice-over ei ole sidottu aikaan tai paikkaan. Jay Rosen määritelmän mukaan voice-over elää ”limblossa” eikä siinä ei saa kuulua tausta-ambienssia tai tilääntä. (Rose 2003, 83). Jo historian ensimmäisessä äänielokuvatrailerissa *The Jazz Singer* (1927) käytettiin voice-over –kerrontaa. Voice-overista tuli välittömästi elokuvatrailereiden standardi, jota etenkin klassisen kauden aikana lähes jokainen elokuvatrailer käytti. Varhainen elokuvatrailereiden ”speaking to the masses” –kerrontatyyli vallitsi pitkään voice-overia. (Rose 2003, 83). Lähes 1970 –luvulle asti voice-over –kerronta esitteli mahtipontisesti elokuvan ainutlaatuisuutta ennennäkemätöntä suuruutta, mutta sittemmin kertojan tyyli on muuttunut vähäeleisemmäksi ja harkitsevammaksi (Turjansalo 2008, 66).

Äänielokuvatrailereiden alusta saakka kertojaääni on useimmiten ollut matalaääninen mieshenkilö. Kertojaäänit eivät yleensä jää yleisön tietoisuuteen – yhtä poikkeusta lukuun ottamatta. Yhdysvaltalainen Don LaFontaine on kiistatta maailman tunnetuin traileriääni. Hän on antanut äänensä tuhansiin amerikkalaisiin elokuvatrailereihin ja hänet opittiin tuntemaan trailereiden vakioääninä 1970-luvulta 2000-luvun alkuun saakka. Viestintävälineet huomioivatkin LaFontainen kuoleman laajalti syyskuussa 2008 esimerkiksi otsikoimalla: ”Trailerit eivät ole enää entisensä” (Turjansalo 2008, 66).

#### 3.6.2 Voice-over –kertojan käyttö ja persoona

2000-luvulle tultaessa voice-overin käyttö on vähentynyt radikaalisti. Siinä missä entisaikaan voice-over oli elokuvatrailerin standardi ja vielä 1900-luvun viimeisillä vuosikymmenilläkin hyvin yleinen käytäntö, 2000-luvulla tehdyt trailerit ovat käyttäneet voice-overia huomattavasti harvemmin. Lauri

Turjansalon 30 trailerin otannassa vuosilta 1965-2008 hieman yli puolet (17 traileria) ja joka kolmas vuosina 2000-2008 tehdyistä trailereista käytti voice-overia (Turjansalo 2008, 67). Tarkastellessa kolmeakymmentä 2000-luvun traileria, joista valtaosa sijoittuu vuosille 2008-2015, vain neljä traileria hyödynsi voice-over –kerrontaa. Näiden otantojen valossa voidaan todeta, että vuosina 1965-2008 tehdyistä trailereista 57 % käyttää voice-overia, kun taas vuosina 2008-2015 tehdyistä trailereista enää 13 % käyttää ei-diegeettistä kertojaaääntä.

Myös kertojaaäänien persoona on muuttunut vuosien saatossa. Entisaikaan voice-over oli poikkeuksetta ulkopuolinen markkinoiva kertojaaääni. 1900 –luvun loppupuolta lähestyessä myös näyttelijän puhuma hahmon ääni (minäkertoja) alkoi yleistyä. Turjansalon (2008, 66-71) otannan mukaan 29 % vuosien 1965-2008 kertojaaäänistä oli näyttelijähahmon puhumia, kun taas vuosien 2008-2015 otannan mukaan jokainen voice-overilla varustettu traileri käytti minäkertojaa. Legendaarisen Don LaFontainen ääntä käytettiin jokaisessa hänen puhumassaan trailerissa ulkopuolisena kertojaaääninä. Onkin ironista, että edellä mainitut statistiikat elokuvatrailereista vuosilta 1965-2008 ja 2008-2015 osoittivat ulkopuolisen kertojan käytön romahtaneen juuri vuoden 2008, eli LaFontainen kuoleman jälkeen.

Syitä tähän muutokseen on useita. Trendit muuttuvat jatkuvasti, ja ihmiset janoavat uudistuksia. Kun minäkertojan käyttö elokuvatrailerin voice-over –kertojana havaittiin toimivaksi ja tehokkaaksi, perinteinen ulkopuolinen kertojaaääni on voinut alkaa tuntua vanhanaikaiselta ja aikansa nähneeltä. Toisena syynä voidaan nostaa se fakta, että 2000 –luvulle tultaessa markkinatalouden johtaman maailman ihmiset ovat kyllästettyjä suoramarkkinoinnille. Muuttamalla perinteinen ulkopuolinen, elokuvasta ylistävästi puhuva kertojaaääni elokuvan tarinan lähtökohtia esitteleväksi hahmon ääneksi saadaan naamioitua markkinointikäyttöön tehty traileri taiteelliseksi tuotokseksi. Mahdollisesti samoista syistä suurin osa viime vuosien trailereista ei käytä voice-overia enää lainkaan, vaan niiden kerronta luottaa pääosin kontekstista leikattuihin repliikkeihin ja dialogikatkelmiin, teemoja ja tekijöitä esitteleviin teksteihin sekä kuvakerrontaan.



### 3.6.3 Kertojan sukupuoli

Elokuvatrailerin voice-over –äänen oletetaan yleensä olevan miesääni. Cathy Kalmensonin, voice-over –ääninäyttelijöihin erikoistuneen yhtiön osaomistajan mukaan naisrooleille on nykypäivänä kysyntää enemmän kuin koskaan. Silti elokuvatrailereiden voice-over –kerronta nojaa hänen mukaansa 99 % mieskerrontaan. Miksi sitten elokuvatrailereissa kuullaan ani harvoin naisääninäyttelijöiden puhumia voice-overeita? Trailereita työksensä editoivan Tommy Malatestan mukaan kyse on siitä, että mies- ja naisäänet sopivat erilaisille elokuvagenreille. Miesääni sopii ”vakuuttavuudeltaan” ja ”itsevarmuudeltaan” paremmin esimerkiksi toiminta- ja kauhuelokuville, kun taas pehmeä ja miellyttävä naisääni sopii lastenelokuville tai romanttisille komedioille. On myös väitetty, että miesäänet sopivat paremmin voimakkailla ja kovaaäänisillä trailereille (kuten toimintatrailerit) sillä miehen ääni on helpompi kuulla ja erottaa muun metelin yli. Myös psykologiset tekijät vaikuttavat naisten vähyyteen voice-over –kerronnassa. LiveScience –verkkosivusto on raportoinut tutkimuksesta, jonka mukaan naiset muistavat matalat miesäänet naisääniä paremmin. NeuroImagen tutkimuksen mukaan taas miehillä on enemmän vaikeuksia käsitellä naisen ääntä kuin toista miesääntä. (Smith 2013.)

Naispuolinen näyttelijä-ohjaaja-käsikirjoittaja Lake Bell on pohtinut useita mahdollisia teorioita naisäänten käytön vähäisen määrän syyksi. Hän pitää mahdollisena, että miesääntä on yksinkertaisesti naisääntä helpompi kuunnella trailerin kaltaisessa tuotoksessa. Hän nostaa esille myös kiistanalaisen teorian, jonka mukaan raamatussa Jumalan miehisyttä korostetaan kirjoittamalla miespuolinen hän-sana (eng. He) isolla alkukirjaimella, ja tästä syystä kaikkitietävä ääni voi ainoastaan olla miesääni. Bell kuitenkin uskoo, että elokuvateollisuus on valmis mahdolliselle muutokselle. 2000-luvulla useat trailerit ovat jo käyttäneet naisääntä kertojanaan. Voice-over –ääninäyttelijä Melissa Disney on antanut äänensä muun muassa trailereille elokuvista *Puhallettu 60 sekunnissa* (2000), *Morsiusneidot* (2011), *Unstoppable – Pysäyttämätön* (2010) sekä *Äärimmäisen lujaa ja uskomattoman läheltä* (2011). Jopa Don LaFontaine on kehumut Melissa Disneyn työtä voice-over –artistina ja

uskoikin ennen kuolemaansa, että naisääniä tullaan kuulemaan tulevaisuuden trailereissa huomattavasti enemmän. (Smith 2013.) Ja oikeassa hän olikin.

### **3.7 Trailerin rakenne äänisuunnittelijan näkökulmasta**

#### **3.7.1 Modernin trailerin kerronnallinen rakenne**

Trailereiden äänisuunnittelijat ovat rutinoituneita työssään, mutta sekä tuotantoyhtiöt että yleisö janoavat yhä innovatiivisempia ääniteknisiä ratkaisuja. Viimeisten vuosikymmenten aikana trailereiden ääniraidoille on kuitenkin kehittynyt epävirallisia taiteellisia standardeja, joita monet äänisuunnittelijat enemmän tai vähemmän noudattavat. Ratkaisut vaihtelevat tapauskohtaisesti, mutta trailerin ääniraidan standardit perustuvat yleensä normeihin nykyaikaisen elokuvatrailerin rakenteesta.

Useimmat elokuvat voidaan jakaa karkeasti aristotelilaiseen kolmeen näytökseen: alkuun, keskikohtaan ja loppuun (Bacon 2000, 98). Trailereissa loppua ei haluta esittää, joten niiden voidaan sanoa tukevan kahden ja puolen näytöksen mallia. Elokuvantekijä Stefan Avaloksen mielestä trailerit perustuvat aristotelilaiseen kolmeen näytökseen, mutta hän lisäisi kolmen näytöksen malliin trailereille ominaisen alku- ja loppuhoukutuksen. (Turjansalo 2008, 30.) Avaloksen malli käsittää siis viisi näytöstä:

1. Nopea alkujakso, jossa voidaan näyttää lyhyt otos mistä tahansa elokuvan kohtauksesta. Näytetään usein studion tai tuotantoyhtiön logo.
2. Ensimmäinen näytös, jossa esitellään tarinan alkuasetelmat.
3. Toinen näytös, eli tarinan keskikohta. Elokuvan ongelmaa tarkennetaan.
4. Elokuvan ratkaisuun johtavien tekijöiden esitleminen. Toimintaelokuvissa osiossa esitellään elokuvan toimintakohtauksia, joilla henkilöt yrittävät saavuttaa määränpäättään.
5. Tekijöiden tai elokuvan nimen esittelyn jälkeen näytetään lyhyt loppujakso, joka voi elokuvan tyyilajista riippuen olla hauska loppuvitsi,

pelästyttävä lyhyt kuva tai trailerin päättävä lyhyt ja ytimekäs toimintakohtaus. (Turjansalo 2008, 30.)

### 3.7.2 Trailerin äänikerronnallinen rakenne

Esitetty Avaloksen malli on tyypillinen monille moderneille Hollywood-trailereille (Turjansalo 2008, 30). Se keskittyy kuitenkin ainoastaan trailerin leikkaukseen ja kerrontaan, mutta luova äänisuunnittelija ei tyydy tarkastelemaan trailerin rakennetta vain tästä näkökulmasta. Äänisuunnittelijalla on mahdollisuus vaikuttaa trailerin näennäiseen rakenteeseen, vaikka leikkaus ja voiceover tai dialogi olisi jo määritellyt kerronnallisen rakenteen. Musiikin ja hiljaisuuden käyttö, musiikillisten teemojen lukumäärä, dynamiikan kontrolloiminen sekä äänitehosteiden käyttö vaikuttavat erittäin suuresti siihen, kuinka katsoja kokee trailerin rakenteen (Rose 2003, 75-59).

Tarkasteltaessa esimerkiksi traileria Quentin Tarantinon menestyselokuvasta *Django Unchained* (2012) nähdään kuinka kerronnallinen ja äänellinen rakenne eroavat toisistaan. Kerronnallisesti traileri seuraa Avaloksen mallia lähes täydellisesti:

1. (Nopea alkujakso.) Näytetään studion logo sekä kuvituskuva orjien kävelystä. Alkujakson alussa countrymusiikki alkaa.
2. (Ensimmäinen näytös.) Countrymusiikki jatkaa soimistaan. Dialogi kertoo trailerin lähtökohdat. Näytöksen lopussa lyhyt hiljaisuus ennen seuraavaa näytöstä.
3. (Toinen näytös.) Aggressiivisempi, vahvasti 70-lukulainen funkmusiikki alkaa soimaan. Esitellään ohjaajan nimi sekä näytetään kuinka Django – niminen orja vapautuu kahleistaan. Dialogi esittelee molempien päähenkilöiden intressit.
4. (Ratkaisuun johtavien tekijöiden esitleminen.) Funkmusiikki jatkuu entistä vahvempana ja aggressiivisempana. Musiikki ottaa vallan ja vaimenee vain hetkellisesti tärkeimpien repliikkien kohdalla.
5. (Lyhyt loppujakso.) Musiikki lakkaa. Päähahmon esittämä iskulause päättää trailerin.

Sen äänellinen rakenne jakautuu sen sijaan vain kolmeen osaan, jotka perustuvat musiikin intensiteetin kasvuun. Musiikillisia teemoja siinä on vain kaksi. Kuten Quentin Tarantinon elokuvissakin useimmiten, trailerissa on luotettu populaarimusiikin voimaan. Trailerissa kuultavat kappaleet ovat Johnny Cashin countrylaulu *Ain't No Grave* (2010) sekä James Brownin funk-klassikko *The Payback* (1973). Trailerin äänellisesti ensimmäisessä osiossa tunnelma on maltillinen Johnny Cashin laulaman countrylaulun soidessa ja dialogin sekä leikkauksen esitellessä tarinan lähtökohtia. Toisessa osiossa countrylaulu vaihtuu funkmusiikiksi ja leikkauksen ja dialogin keskittyessä tarinan syventämiseen sekä hahmojen esittelyyn. Äänisuunnittelija on luonut James Brownin funk-kappaleesta niin kutsutun loopin, eli käyttää yhtä neljän tahdin mittaista otosta trailerin osiossa jatkuvana otoksena. Toisen ja kolmannen osion välissä käytetään hiljaisuutta tehokeinona pohjustamaan huipennuksen alkua. Kolmannessa osiossa, eli trailerin loppuhuipennuksessa kuullaan James Brownin kappaleen välisosaa, joka on toisessa osiota kuultua katkelmaa huomattavasti intensiivisempi ja voimakasrytmisempi. Loppuhuipennuksessa näytetään elokuvan toimintakohtauksia ja annetaan viitteitä loppuratkaisusta.

Vaikka äänikerronnalla voidaan vaikuttaa trailerin kerronnalliseen rakenteeseen, musiikkiteeman vaihtuminen täytyy kuitenkin sijoittaa rakenteellisesti sopivaan kohtaan. Kun musiikillista teemaa vaihdetaan, sillä täytyy olla selvä merkitys. Esimerkiksi esitettyyn kysymykseen vastaaminen tai paljastettava juonellinen käännekohta ovat oivia paikkoja teeman vaihdokselle. Teemaa voidaan harvoin vaihtaa kesken kuvan tai yhteneväisen otoksen. Poikkeuksena teeman vaihdosta voidaan käyttää kuvallista kerrontaa ennakoivana, jolloin esimerkiksi edellisen jakson viimeisen kuvan aikana seuraavan jakson teemamusiikki alkaa soimaan.

## 4 The Mate –toimintaelokuvatraileri – äänen kehitystyö

### 4.1 Projektiesittely

The Mate on Joensuussa vuonna 2012 syntynyt toimintaelokuvakonsepti, jonka olemme kehittäneet yhdessä Samuli Hahlin kanssa. Projektin tavoite on ollut alusta asti selvä; kokopitkä toimintaelokuva. Alusta asti on ollut myös selvää, ettei tavoitetta tulla saavuttamaan helpolla, vaan se vaatii periksiantamattomuutta ja pitkäjänteistä työtä useiden vuosien ajan. Uskoimme kuitenkin vahvasti elokuvaideaamme, joten päätimme tarttua tilaisuuteen.

Kuten opinnäytteessä on käynyt selväksi, trailerilla markkinoidaan tulevaa elokuvaa. Nykyään on kuitenkin yleistymässä vaihtoehtoinen tapa, jossa trailerilla markkinoidaan elokuvaideaa. Eräs tunnetuimpia esimerkkejä tämänkaltaisesta tapauksesta on Robert Rodriguezin *Machete* (2010), jonka alkuperäinen vuoden 2007 vailetrailer sai niin suuren suosion että siitä kasvoi suuren budjetin elokuva. Tämän ja monien muiden vastaavien esimerkkien innoittamana päätimme edetä projektimme kanssa samalla tavalla. Halusimme tehdä trailerin, joka on laadultaan niin korkeatasoinen ja sisällöltään niin kiinnostava, että ihmiset haluaisivat nähdä saman konseptin pohjalta tehdyn pitkän elokuvan. Tiedostimme myös, että mitä laajemman ihmisjoukon saamme kiinnostumaan trailerista, sitä useamman rahoittavan tahon saamme kiinnostumaan itse elokuvan tekemisestä.

Käsikirjoitimme sekä ohjasimme The Mate –elokuvatrailerin yhdessä Hahlin kanssa. Jälkitöissä otin vastuulleni trailerin äänisuunnittelun sekä musiikin säveltämisen. Hahl vastasi trailerin leikkaamisesta. Kokosimme noin 20-henkisen vapaaehtoisen työryhmän ja järjestimme vuoden 2013 aikana kolme kuvaussessiota Joensuun ja Mikkelin alueilla. Trailerin jälkityöt alkoivat vuoden 2014 alussa.

The Mate –trailerin (2015), jota tässä luvussa käsitellään, voi nähdä osoitteessa <https://www.youtube.com/watch?v=2s7FIyANcD0>.

## 4.2 Alkuasetelma

Alusta asti halusimme yhdistää elokuvassamme amerikkalaisen 1980-luvun toimintaelokuvagenren, modernin rikostarinan sekä kotimaisen hahmovetoisen huumorin. Tarinan sijoittuessa Suomeen mutta päähahmon puhuessa vain englantia trailerista tuli luonnollisesti kaksikielinen. Pohdimme, millä osa-alueilla haluamme tuoda kutakin elementtiä esille. Suunnittelemamme kombinaatio oli uniikki, mutta tiedostimme samanaikaisesti sen riskit. Huonosti toteutettuna lopputuloksena voisi olla sekava ja mitäänsanomaton yhdistelmä



Kuva 1

keinoja toimintakohtauksia, vielä kehnompia suomen- ja englanninkielisiä "one-linereitä" (toimintaelokuville tyypillisiä lyhyitä ja iskeviä repliikkejä) sekä naiivia tarinankerrontaa.

Lähtökohtaisesti yksi varteenotettavista vaihtoehdoista oli tuoda 80-luvun toimintaelokuva esille äänen, musiikin ja grafiikan avulla. Käytännössä tämä olisi tarkoittanut analogisilla syntetisaattoreilla luotua ajan hengen mukaista musiikkia, ulkopuolisen mieskertojan puhumaa voice-overia sekä 80-luvun henkistä yksinkertaista, kulmikasta ja ajan moderneinta teknologiaa edustavaa tekstigrafiikkaa. Sisältö on kuitenkin kirjoitettu nykyaikaan sijoittuvaksi, joten konsepti olisi voinut tuntua hieman ristiriitaiselta. Syntyi päätös, että ääniraidan tulee edustaa modernia elokuvatraileria. Päätimme kuitenkin, että musiikin tyyli voi yhä viitata 80-luvun toimintaelokuvaan.

Halusimme tehdä tuotoksestamme uskottavan toimintaelokuvatrailerin, jolle kuitenkin osataan nauraa eikä sitä tarvitse ottaa liian vakavasti. Loppujen lopuksi toimintaelokuviissa on aina enemmän kyse viihdyttämisestä kuin pyrkimyksestä saada katsoja rinnastamaan elokuvaa todelliseen elämään. Tästä huolimatta välttelimme kaikin keinoin tekemästä komediaa. Kuvattu

materiaali on pääosin synkkätunnelmaista ja väkivallan uhka on jatkuvasti läsnä, joskin tätä kompensoidaan kevyellä huumorilla dialogissa ja hahmojen käyttäytymisessä. Trailerin tunnelma katsojalle välitetään hyvin pitkälti musiikin avulla, joten ääniraidalla ja sen suunnittelulla oli erittäin suuri merkitys suunnitellessamme, mitä haluamme trailerillamme viestiä. Koska tarina ja sen teemat ovat vakavia mutta toteutettu niin kutsutulla ”kieli poskessa” –asenteella, musiikin tuli tukea tätä. Päätimme leikkaajan kanssa, että jaamme trailerin karkeasti kahteen osaan (rakenteellisesti osioita on tietysti enemmän). Ensimmäinen osa esittelee tarinaa ja tunnelma on painostavampi. Jälkimmäinen osio sen sijaan näyttää tulevan elokuvan toiminnallista puolta tunnelman ollessa huomattavasti kevyempi mutta samaan aikaan intensiivisempi.

Leikkauksen alkaessa äänisuunnitelma oli konkretisoitunut karkeasti. Tiedossa oli musiikin tyyli ja sen tekemiseen vaadittava kalusto sekä tehosteäänien käytön kriteerit ja niiden suhteellinen määrä. Voiceoverin läsnäolo oli tiedostettu jo varhaisessa vaiheessa johtuen dialogin suhteellisen vähäisestä määrästä.

## **4.3 Ideasta suunnitelmaksi**

### **4.3.1 Äänellinen rakenne**

Ensimmäisen leikkausversion valmistuttua on aika purkaa traileri osiin. Avainkysymyksiä ovat trailerin rakenne, kuinka moneen osaan se jakaantuu ja minkälaista tunnelmaa pelkkä kuva sekä siinä tapahtuva toiminta välittää. Vaikka leikkaaja luokin trailerin rakenteen, äänisuunnittelijalla on valtava rooli siinä, mikä trailerin lopulliseksi rakenteeksi ja tunnelmaksi muodostuu. Musiikki ja sillä tehtävät vaihdokset vaikuttavat erittäin suuresti trailerin rakenteeseen. On kuitenkin muistettava, ettei äänisuunnittelijalla ole täysin vapaat kädet ratkaisuja tehdessään. Niin musiikin kuin tehosteäänienkin on mukailtava kuvassa nähtäviä tapahtumia.

The Mate –trailerin ensimmäinen lopullista rakennetta mukaileva leikkausversio valmistui noin kuukausi leikkausprosessin alkamisesta. Suurten budjettien elokuvissa tällaista aikaa ei luonnollisestikaan ole mahdollista antaa, mutta koska taloudellista painetta tai kiirettä ei ollut, halusimme kokeilla mahdollisimman montaa erilaista vaihtoehtoa nähdäksemme mikä toimii parhaiten. Konkreettista äänisuunnitelmaa tehdessäni ensimmäinen tehtäväni oli jaotella traileri osiin ja päättää, kuinka monta musiikkikappaletta traileri vaatii. Tämä on asia, jossa erot eri äänisuunnittelijoiden näkemyksissä näkyvät helpoiten. Siinä missä toinen äänisuunnittelija saattaa nojata yhteen kappaleeseen koko trailerin ajan, toinen saattaa vaihtaa musiikillista teemaa ja rytmiä 5-30 sekunnin välein.

Trailerimme oli päätetty jakaa karkeasti kahteen osioon; tarinalliseen ja toiminnalliseen osioon. Mitä enemmän traileria katsoin, sitä enemmän aloin nähdä ensimmäisen (tarinallisen) osion jakautuvan neljään eri jaksoon sekä lyhyeen välikevennykseen ennen siirtymistä toiminnalliseen kerrontaosioon. Trailerimme seuraa kerrontaa kronologisessa järjestyksessä, joten ristiriidan aiheuttamiselle kuvan ja äänen välille ei ollut perusteita. Tästä syystä koimme, että selkeän kerronnan takaamiseksi musiikin täytyy tukea trailerin leikkauksen rakennetta. Kerronnaltaan The Mate –trailerin rakenne äänisuunnittelijan näkökulmasta on seuraavanlainen:

#### 1. Tarinallinen osio

- a. 0:00-0:22. Johdatteleva alkujakso, jossa esitellään päähahmoa ja tarinan ongelmaa.
- b. 0:22-0:43. Tarinan ongelmaan syvennyttään ja tarinan antagonisteja esitellään.
- c. 0:43-1:06. Esitellään vedenjakajana toiminut hetki, jossa tarinan protagonistin ja antagonistien välit muuttuivat vihollisuudeksi.
- d. 1:06-1:19. Vaarojen ja uhkakuvien esittely. Protagonisti pinteessä.
- e. 1:19-1:25. Välikevennys. Nopea humoristinen kohtaus.

#### 2. Toiminnallinen osio



- a. 1:25-2:35. Elokuvan toimintaa sekä keskeisiä hahmoja ja näyttelijöitä esitellään. Pitkä yhtenäinen jakso. Jakson lopussa nähdään uniikki ”elävän kuvan elokuvajuliste”.
- b. 2:34-2:46. Trailerin päättävä loppuvitsi. Tekijätiedot.

#### 4.3.2 Musiikin ennakkosuunnittelu

Suunnitelmaksi muodostui luoda jokaiselle edellä mainitulle jaksolle oma musiikillinen teemansa. Musiikillisten teemojen tarkoitus on vahvistaa jakson tunnelmaa sekä kerrontaa. Ensimmäisen eli tarinallisen osion jaksot a – d edustavat synkkätunnelmaista kerrontaa kuvan ollessa hämäräsävytteistä ja tapahtumien vakavia. Jokaisen neljän musiikillisen teeman tuli siis olla tunnelmaltaan jännittävää, odottavaa, kiinnostavaa sekä toimintagenreen viittaavaa.

Toinen eli toiminnallinen osio koostuu pääosin toiminnan ja näyttelijöiden sekä heidän hahmojensa esittelystä. Leikkaus on musiikkivideonomaista, tiivistähtistä kuvakerrontaa. Näkemykseni mukaan tämä osio vaati yhden tarttuvan ja rytmiltään intensiivisen musiikkikappaleen, joka vie kuvakerrontaa eteenpäin sekä luo toiminnalle hyökkäävän ja uskottavan mutta samanaikaisesti kuitenkin rennon tunnelman.

Kun musiikillinen tematiikka alkoi muodostua, täytyi keskittyä hiljaisten, vailla musiikillista teemaa olevien kohtien suunnitteluun. Näitä kohtia löytyy neljä; ensimmäisen osion jakson c loppukohta (protagonisti jää kiinni), ensimmäisen osion jakso e (välikevennys) sekä 2. osion jakso b (loppuvitsi). Ensimmäinen hiljainen kohta (osio 1, jakso c loppuosa) on piinaava kohtaus, jossa Ivan – niminen hahmo saa ahdistettua The Maten (protagonistin) umpikujaan savuheitteen avulla. Kohtauksessa on käytetty hidastuskuvaa ja halusin, että musiikki tukee sekä tehostaa tätä hidastusta omilla keinoillaan. Äänen suhteellinen hiljaisuus lisää kuvan kuvitteellista kestoa ja sitä voidaan tehostaa erilaisilla matalataajuuksisilla ääniefekteillä. Sydämen pulssi on käytetty, ehkä jopa kliseinen tehokeino, mutta sopi täydellisesti suunnitelmaan nostaa intensiivisyys seuraavaan jaksoon mennessä uudelle tasolle. Toinen hiljainen

kohta (Osio 1, jakso e) toimii jakajana trailerin ensimmäiselle ja toiselle osiolle. Osiossa nähdään trailerin ensimmäinen humoristinen kohtaus, kun kaksi rikollista hahmoa arvaavat mystisen ryöstösaalispaketin sisältöä. Tässä kohtaa trailerin tunnelma muuttuu vakavasta ja synkästä toiminnallisemmaksi ja viihteellisemmäksi. Kohtauksen äänimaailman täytyi sopia edelliseen tiivistunnelmaiseen jaksoon, mutta kuitenkin tukea humoristisen kohtauksen leppoisuutta sekä pohjustaa tulevaa toimintahyökkäystä. Viimeinen hiljainen kohta trailerissa on viimeinen loppuvitsi. Tässä kohdassa ei ollut syytä keksiä pyörää uudelleen, sillä klassinen trailereista tuttu tehokeino toimii yhä; toiminnan sekä äänimaailman suuruuden ollessa huipussaan tehdään voimakas dynaaminen pysäytys ja korviin kantautuu ainoastaan haluttu repliikki.

Kun trailerin rakenteen perusteella luotu äänisuunnitelma on valmis, on aika aloittaa käytännön työ. Tässä tapauksessa, kun äänisuunnittelija toimii trailerin musiikin säveltäjänä, työ alkaa musiikin luomisella.

## **4.4 Musiikin luominen**

### **4.4.1 Johdanto**

Trailerin äänisuunnittelija harvoin vastaa musiikin säveltämisestä trailerille. Useimmiten äänisuunnittelija valitsee kappaleet tai teemat jo olemassa olevasta musiikkivalikoimasta ja käyttää niitä joko suoraan, prosessoituna tai samplattuna. Usein myös tuotantoyhtiö sanoo äänisuunnittelijalle, mitä musiikkia he haluavat trailerilla kuultavan. The Mate –trailerissa vastasin kuitenkin itse musiikin luomisesta. Koska opinnäytteessä käsitellään äänen ja musiikin taiteellisten ratkaisujen merkitystä, en käsittele musiikinsävellysprosessia liian syvällisesti. Pyrin selventämään syitä, miksi päätin hakea tiettyä tunnelatausta kunkin osion ja jakson eri musiikkikappaleille. Musiikin teorian sekä äänitekniset asiat jätän katsojan, tai ennemminkin kuulijan itsensä tulkittaviksi. Kyseessä olevan trailerin musiikit on toteutettu kokonaan (lauluosuuksia lukuun ottamatta) MIDI –pohjaisilla tietokoneohjelmistoilla sekä USB –liitäntäisellä koskettimistolla.

Kappaleessa 4.3.1 on lueteltu trailerin osiot ja jaksot äänisuunnittelun rakenteellisesta näkökulmasta. Käytämme tässä luvussa samoja osio- ja jaksoilmaisuja selkeyttämisen vuoksi.

#### 4.4.2 Trailerin tarinallinen osio



Kuva 2

Traileri alkaa symmetrisesti sommitellulla kuvalla (Kuva 2), jossa tarinan päähahmo kävelee revolveri kädessään käytävää pitkin kohti kameraa hidastuskuvan saattelemana. Ensimmäisen osion ensimmäinen jakso pitää yllä mystiikkaa. Halusin, että musiikki korostaa tätä mysteerinomaisuutta. Tavoitteena oli, että yhdessä musiikin kanssa alkujakso herättää katsojassa kysymyksiä: kuka, missä, miksi ja milloin? Oli selvää, että rytmin tulee olla hyvin rauhallinen ja odottava. Etukäteen en suunnitellut käyttäväni viulua (MIDI), mutta sopivan sointupohjan ja rytmin löydettyäni viulu tuki täydellisesti haluamaani tunnelmaa. Ohjaajakollegani mukaan viuluvetoinen intromusiikki viittasi toimintaelokuvaa enemmän westerniin, joten alkukappale kaipasi lisää mystiikkaa ja futuristisuutta. Tämä puutteellisuus korjaantui moderneilla lisämausteilla sekä bongorumpuja muistuttavalla rytmipohjalla. Lopputuloksena on utuinen ja mysteerinen musiikki, joka luo trailerille alkutunnelman ja herättää katsojan mielenkiinnon.

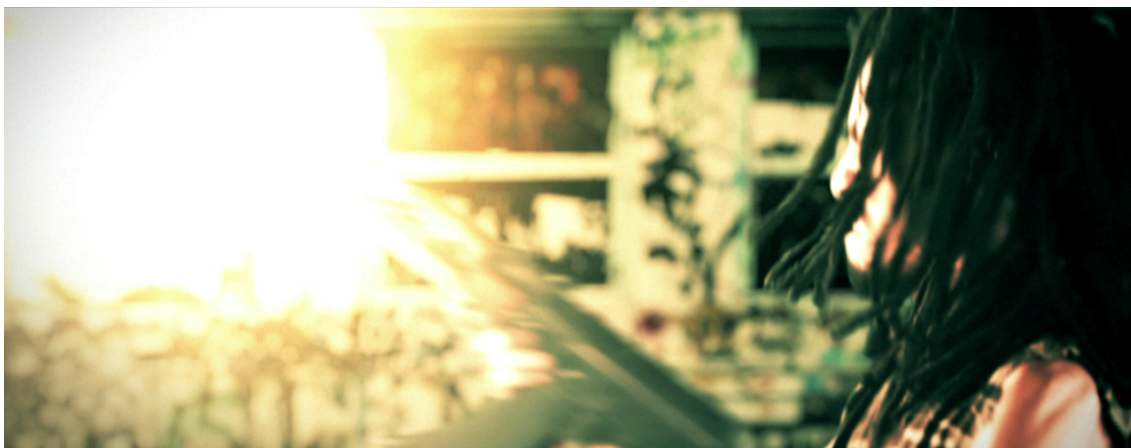
Ensimmäisen osion jaksossa b esitellään tarinan ongelman lähtökohtia. Kerronta ikään kuin lähtee käyntiin ja tästä syystä rytmin kun on muututtava

jakson vaihtuessa. Tunnelma on edelleen synkkä ja vakava, mutta nyt ensimmäisen jakson aikana esitettyihin kysymyksiin annetaan vastauksia. Koska tuotoksemme yksi osa-alue alusta lähtien oli tuoda 1980-luvun toimintagenreä mukaan kerrontaan, halusin viitata jollain musiikkikappaleella kyseiseen tyyliin. Ensimmäisen osion toisen jakson musiikki soveltui parhaiten tähän tarkoitukseen. Loin yksinkertaisen melodia- ja sointukulun sekä valitsin instrumentit ja pulssinomaisen rytmin siten, että ne samanaikaisesti sopivat trailerimme teemaan sekä viittaavat 1980-luvun toimintaelokuvaan. Rytmii on muodostettu taiteellisesti ”odottavaksi” mutta eteenpäin kulkeväksi. Tarkka tempo on kuitenkin laskettu matemaattisesti leikkauksen rytmiin soveltuvaksi. Täten leikkausta tukevat matalataajuuksiset tehosteäännet yhdistyvät musiikin rytmiin.

Siirryttäessä ensimmäisen osion jaksoon c kerronta aukeaa entisestään. Osiossa esitellään kaksi uutta hahmoa, pikkurikolliset Teppo ja Rahikainen, sekä kerrotaan vedenjakajana toiminut hetki, jossa The Mate joutuu vastakkain tarinan antagonistien kanssa. Kahden hitaampitempoisen musiikkikappaleen jälkeen kolmas jakso vaatii nopearytmisempää musiikkia. Koska kerronta etenee, myös musiikin tulee edetä. Halusin tehdä jaksolle yksinkertaiseen rytmiin perustuvan, junamaisesti eteenpäin kulkevan musiikin. Myös melodian tulee olla riittävän yksinkertainen, että musiikki jättää riittävästi tilaa kerronnalle. Käytin musiikissa moderneja tietokoneinstrumentteja. Lopputuloksena syntyi vahvasti eteenpäin kulkeva ja maltillinen rytmii- ja melodiapohja, jonka avulla siirrytään kerronnan seuraavaan vaiheeseen.

Ensimmäisen osion jakso d on tunnelmaltaan trailerin piinaavin. Jaksossa esitellään uhkaava tilanne, jossa tarinan protagonistii on joutunut antagonistien vangitsemaksi. Koska musiikin tarkoitus The Mate –trailerilla oli alusta lähtien vahvistaa kuvan esittämiä tunnelmia, tuli tämän jakson musiikin olla tunnelmaltaan painostavin. Kuten muukin trailerin musiikki, tämänkin jakson musiikki perustuu yksinkertaiseen mutta voimakkaaseen rytmiin. Matalat patarummut muodostavat rytmin, jota kahden nuotin syntetisaattorimainen sointupohja vahvistaa. Lopputuloksena on yksinkertainen mutta uhkaava musiikki, joka luo vahvan tunnelatauksen jaksolle.

#### 4.4.3 Trailerin toimintaa esittelevä osio



Kuva 3

Tärkein yksittäinen musiikkiteos trailerille on toimintaa esittelevän, kestoltaan pisimmän jakson musiikki. Tämä tulisi olemaan trailerin ja sitä kautta koko elokuvaprojektin varhainen tunnuslippu. Musiikin tuli olla hyvin energinen, rytmikäs ja aggressiivinen, jotta trailerin voimakkaimmalle jaksolle saadaan luotua sen vaatima adrenaliinilataus (Kuva 3). Melodiakierto, joka trailerin pääjakson musiikissa kuullaan, syntyi ennen kuin trailerin leikkausvaihe oli alkanutkaan. Visiomme trailerista oli jo tuolloin niin vahva, että tiesimme millaista musiikkia toimintaa esittelevä osiomme tulee kaipaamaan. Oli kuitenkin epäselvää, tullaanko musiikki toteuttamaan tietokonepohjaisia instrumentteja vai perinteisiä instrumentteja käyttäen (rummut, basso, kitara ja saksofoni). Epäselvää oli myös, tullaanko kappaleessa käyttämään laulua. Koska muu trailerin musiikki oli kuitenkin luotu tietokonepohjaisesti, päädyimme toteuttamaan myös tunnuslippuun samalla kaavalla.

Tunnusmusiikki muodostui useista eri rytmi-, basso- ja melodiainstrumenteista. Sen tempo muuttui alkuperäistä hitaammaksi sopiakseen paremmin leikkauksen rytmiin. Suuri avainkysymys oli laulun käyttö kappaleessa. Tiesimme The Mate –päähahmon näyttelleen Tim Lopesin taitavaksi hip hop –artistiksi, ja hän oli halukas kokeilemaan tulkintaansa trailerin tunnuslippuella. Ensimmäisen improvisaatioäänitteen jälkeen oli selvää, että tunnuslippu on merkittävästi voimakkaampi ja tarttuvampi laulun kanssa kuin ilman. Rap –laulutulkinnan mukaantulo teki kappaleesta energisemmän ja

mielenkiintoisemman sekä yhdisti kappaleen tehokkaammin tarinaan ja kuvaan protagonistin itse laulaessa teemalaulun sanat.

## **4.5 Voiceover ja dialogi**

### **4.5.1 Kertojan persoonan valitseminen**

Kuten opinnäytteessä aikaisemmin todettiin, ei-diegeettinen kertojaääni eli voiceover oli olennainen osa elokuvatraileria ensimmäisestä äänielokuvatrailerista viime vuosisadan loppuun saakka. Trendi on kuitenkin muuttunut viime vuosina radikaalisti, ja vähemmistö nykypäivän trailereista hyödyntää voiceoveria. Kerronnallisesti voiceover on kuitenkin yhä erittäin tehokas keino elokuvatrailerille.

Kuvattu materiaali *The Mate* –trailerille sisälsi suhteellisen vähän dialogia, eikä kerronta olisi pysynyt eheänä ainoastaan sen avulla. Oli siis selvää, että tarvitsemme voiceoveria tai tekstigrafiikkaa kerronnan tueksi. Koimme voiceoverin mielekkäämmäksi keinoksi tuoda tarinan juonta ja sen käänteitä esille. Suuri kysymys tässä vaiheessa oli kertojan persoona; ulkopuolinen kertoja vai minäkertoja. Kenties suurempi kysymys tämän kysymyksen taustalla oli, haluammeko viitata kertojan persoonalla moderniin traileriin (minäkertoja) vai 1980-luvun toimintatraileriin (ulkopuolinen kertoja). Päätimme lähestyä voiceover –kerrontaa nykyaikaisesta näkökulmasta. Loogiseksi minäkertoja-ääneksi valikoitui *The Mate* –päähahmon näyttelijä Tim Lopes.

### **4.5.2 Voice-overin sisältö**

Sillä, mitä voiceoverilla halutaan sanoa, on erittäin suuri merkitys trailerille. Voiceover –kerronnan pitää olla selkeätä, lyhyttä ja ytimekästä sekä kiinnostavaa ja houkuttelevaa. Erityisen tärkeää on aloitus, jolla herätetään katsojan mielenkiinto. Henkilöimme kertojan persoonan tarinan päähahmolle, joka esittelee voiceoverilla sekä tarinaa että itseään. Teksti on jaotettu useaan

eri osaan, mutta se on ikään kuin pitkä yhtenäinen monologi. Voiceover kirjoitettiin tarkkaan synkronoidusti kuvakerronnan tueksi.

*You don't know me but I've done bad things in my life. I was given an offer that would change everything. That offer changed everything for the worse. They gave me a dirty job. That's when this all started. Behind the curtain lie the roots of the conspiracy. Ruthless abuse where the victim becomes the perpetrator. I was supposed to give the package to a Spanish carrier but I figured out their scheme. I had to refuse.*

The Mate –trailerin voiceover yksinään antaa siis tietoa hahmon menneisyydestä, tarinan lähtökohdista, tarinassa tapahtuvasta synkästä toiminnasta, hahmojen hyväksikäytöstä, mystisestä luovutettavasta paketista sekä The Maten päätöksestä jättää likainen työ tekemättä. Näin suuri informaatiomäärä olisi hyvin vaikea toteuttaa ilman voiceoveria, pelkkään kuva- ja tekstikerrontaan sekä dialogiin nojaten. Monesti kuitenkin trailereissa tehdään päätös jättää liian tarkat juonelliset asiat trailerin ulkopuolelle, ja näissä tapauksissa on ymmärrettävää olla käyttämättä voiceoveria.

Dialogin sisältöön äänisuunnittelijalla ei ole paljoakaan vaikutusmahdollisuuksia. Leikkaaja leikkaa dialogikohtaukset haluamallaan tavalla, mutta äänisuunnittelija voi kuitenkin käyttää äänitettyä dialogia ei-diegeettisenä äänenä tai esimerkiksi jatkaa repliikkiä kuvan ulkopuolelle. The Mate –trailerissa dialogi määräytyi lähes täysin leikkaajan ehdoilla. Ainoa dialogiin tapahtunut sisällöllinen muutos äänisuunnittelun ohella oli erään repliikin pidentäminen siten, että repliikki alkoi kuvan ulkopuolelta lauseen alkuosasta ja yhtyi leikkauksen tapahtuessa leikkaajan näkemykseen repliikin sisällöstä. Äänisuunnittelijan ja miksaajan pääsääntöiset tehtävät elokuvatrailerissa dialogin parissa liittyvät dialogin miksaamiseen sekä sen mahdolliseen jälkiäänittämiseen.

#### 4.6 Erikoistehosteet

Musiikin, dialogin ja voiceoverin ollessa paikoillaan trailerin ääniraita näyttäisi olevan rakenteellisesti valmis. Siitä puuttuu kuitenkin jotain, mikä tekee trailerin ääniraidasta trailerin kuulaisen. Jokainen 2000-luvulla elokuvateattereissa vierailut on tottunut vatsanpohjassa jytiseviin trailereihin. Traileri on niin lyhyt tuotos, että siinä halutaan käyttää kaikista tehokkaimmat äänelliset tehokeinot katsojan tunnelatauksen maksimoimiseksi. Matalarekisteriset tehosteäännet ovat tehokas keino tähän tarkoitukseen. Sen lisäksi niillä voidaan lisätä trailerin voimakkuudentuntua ilman, että se aiheuttaisi katsojille kuulovaurioriskiä.

The Mate –trailerissa matalien erikoistehosteiden käyttö oli selvää jo varhain. Joidenkin musiikkikappaleiden tempo on jopa laskettu leikkauksen mukaan siten, että musiikkia voidaan vahvistaa leikkauksen kanssa synkronoiduilla tehosteäänillä. Ensimmäisen osion jaksot a j b ovat vahvasti matalien tehosteäänien tukemia. Trailerin alkupuolella tehosteäännet auttavat katsojaa uppoutumaan trailerin tunnelmaan. Lisäksi leikkaajan valitsemat kuvat saavat merkittävää lisätehoa tehosteäänien ansiosta.

Trailereiden diegeettisillä tehosteäänillä tehostetaan kuvissa nähtäviä tapahtumia ja niiden yhteydessä kuultavia luonnollisia toimintääniä. The Mate –trailerissa tällaisia tehosteääniä on useita. Tehosteääniä kuullaan hyvin yksinkertaisien ja arkisten asioiden, kuten pahvilaatikon laskemisen tai pistoolin lataamisen päällä. Tällaisilla tehosteäänillä ei ole kerronnallista merkitystä, mutta ne vahvistavat sekä yksittäisiä kuvassa nähtäviä tapahtumia että trailerin yleistä tunnelmaa. Myös aseenselaukaukset sekä räjähdyskset ovat vahvistettuja matalataajuuksisilla tehosteäänillä.

Varoin kuitenkin käyttämättä erikoistehosteääniä liikaa. Optimaalisessa tilanteessa tavallinen katsoja pikemminkin *aistii* tehosteäännet kuin tietoisesti kuulisi niitä tai kiinnittäisi niihin erityistä huomiota. Pyrin omalla tehosteäänien käytöllä juuri tämänkaltaiseen lopputulokseen. Saadun palautteen perusteella The Mate –trailerin tehosteäännet onnistuivat tässä suhteessa erittäin hyvin.



## 4.7 Foley-äännet

Foley-äännet ovat studio-olosuhteissa luotuja, kuvassa nähtäviin tapahtumiin synkronoituja tehosteääniä. (Kivi 2012, 224). Ne mallintavat kuvassa nähtävää toimintaa kuten esimerkiksi askeleita, matkapuhelimen tärinää tai vaikkapa miekan iskua.

Trailereihin suunniteltavien foley-äänten äänitys ei merkittävästi eroa elokuvien foley-äänistä. Eroavaisuus tulee esiin ennemminkin miksauksessa, sillä ”epäluonnollisemman” ääniraidan omaavissa trailereissa foley-äännet jäävät elokuvia enemmän varjoon. Joskus trailereissa voidaan käyttää elokuvan ääniryhmän tuottamia foley -ääniä. (Albrechtsen 2012). Koska The Mate – elokuvaa ei kuitenkaan ole vielä olemassa, trailerin foley-äännet jouduttiin tekemään alusta asti.

Foley-artistina yhteistyössä kanssani toimi The Mate –trailerin kenttä-äänittäjä Anssi Hänninen. Vaikka suurin osa toimintaäänistä oli tallentunut jo kentältä, trailereiden kuivemmasta äänimaailmasta johtuen halusimme tuottaa lähes kaikki toimintaäännet uudestaan studiossa tukevamman ja ”läheemmän” äänen aikaansaamiseksi. Lisäksi studioäänitetyt foley-äännet kenttä-äänitettyjen sijasta vähentävät haitallisen tiläänen määrää, jonka määrää trailerissa pyrittiin minimoimaan.

Ensimmäinen vaihe foley-äänitysprosessissa on kartoittaa tarpeellisten toimintaäänien määrä. Vaikka trailerimme ei ole ajallisesti pitkä, 150 kuvasta noin puolet vaati jälkiäänitettävää toimintaääntä. Tällaisia kuvia olivat kaikki ne kuvat, jotka sisältävät luonnollista ääntä aiheuttavaa toimintaa (Kuva 4). Hollywoodissa äänisuunnittelijoilla on käytössä yleinen sääntö: ”Jos näet

00:31	Äänien rapistelu
00:33	Askeleita (2 kts)
00:35	Paketti lauletaan
00:37	Askeleita (2 kts)
00:39	Viskihöppy
00:41	Askeleita (2 kts)
00:43	Tussilla X
00:45	Laulettiin rintaan
00:47	Revolverin heilautus
00:49	Revolverin käsittelyäni
00:50	Hengitys
00:54	DVD-boksin käsittely
01:00	Autosta nousu
01:04	Sokka irti / lanka pako
01:05	Pommi vierii
01:10	Ovi pamahtaa
01:12	Pää vetään
01:16	Naru kiristyy
	Vedex roiskahdaa
	kiinni

Kuva 4

sen, sinun tulisi myös kuulla se.” (Rose 2003, 87).

Kuten foley-äänien luonteeseen kuuluu, halusimme saada jälki-äänitetyt toimintäänet kuulostamaan autenttista ääntä korostetummilta mutta kuitenkin vastaamaan todellisia äänilähteitä. Kuvassa 4 on listattu trailerissa nähtäviä arkisia asioita, jotka eivät todellisuudessa aiheuta voimakasta tai huomiota herättävää ääntä. Ihmiset ovat kuitenkin oppineet assosioimaan niistä aiheutuvat äänet niiden varsinaisiin tapahtumiin. Se, kuinka korostetusti toimintäänet haluaa esittää, riippuu täysin äänisuunnittelijasta. Henkilökohtaisesti pidän vahvasta äänitulkinnasta ja mielestäni se sopii erityisesti trailereihin. The Mate -trailerin jälkiäänitetyt foley-äänet ovat erityisen voimakkaita ja alleviivaavia.

Joihinkin kuviin ei kuitenkaan taiteellisista syistä johtuen haluta toimintääntä, vaikka ne sisältäisivätkin toimintaa. The Mate –trailerissa esiintyy toistuvasti symmetrinen hidastuskuva (Kuva 1), jossa päähahmo kävelee kohti kameraa vastavalon saattamana kapealla käytävällä revolveri kädessään. Tähän kuvaan ei haluttu lisätä askeleista aiheutuvaa synkronoitua toimintääntä. Toimintäänen lisääminen kuvaan luo mielikuvan todellisesta tapahtumasta, kun taas toimintäänen poisjättäminen luo illuusion epätodellisesta tai mielikuvituksellisesta tapahtumasta. Tässä tapauksessa kuvalla haluttiin viestiä tarinan tunnelmaa ja symboliikkaa varsinaisen kerronnallisen funktion sijaan. Tästä syystä toimintääni jätettiin tietoisesti pois ainoastaan tästä useasti toistuvasta kuvasta.

## **4.8 Lopputulos**

### **4.8.1 Johdanto**

Kun oma prosessini äänisuunnittelijana oli valmis, ääniraita siirtyi miksattavaksi. Vuodenvaihteen 2014-2015 tienoilla meillä oli käsissämme valmislopputuote: 2:46 minuuttia pitkä toimintaelokuvatrailer, jonka pääasiallinen tarkoitus on edistää pyrkimystämme kohti lopullista tavoitettamme.

The Mate –traileri edustaa tarinaa, teemoja, tunnelmia, genreä, visuaalista sekä äänikerronnallista ilmaisutyyliä, vakavuuden ja huumorin suhdetta sekä väkivallan määrää ja laatua pitkästä elokuvasta, jonka haluamme tulevaisuudessa tehdä. Sisällöllinen ja visuaalinen tavoite trailerille oli saada se näyttämään nykyaikaisen amerikkalaisen rikoselokuvan, 1980-luvun Hollywood-toimintaelokuvan sekä kotimaisen *character humor* –komediaelokuvan synteesiltä. Ääniraidasta pyrittiin sen sijaan kehittämään moderni kansainvälisen elokuvatrailerin ääniraita, joka kaikin keinoin tukee ja vahvistaa trailerin tunnelmaa ja kerrontaa. Äänisuunnittelussa käytettiin hyödyksi modernin Hollywood-trailerin ääniraidan toimivia konventioita

#### 4.8.2 Jälkihavainnot The Mate –trailerin ääniraidasta

Kirjoitushetkellä aikaa trailerin julkaisusta on kulunut neljä kuukautta. Tänä aikana perspektiivini trailerin katsomiseen on muuttunut tekijän näkökulmasta hieman kuluttajamaisempaan näkökulmaan. Täysin objektiivisesti oman työn tulostaan pystyy tuskin koskaan tarkastelemaan, mutta pölyn laskeuduttua tuotosta voi tarkastella laajempänä kokonaisuutena jättäen hienot yksityiskohdat tai pienet pintanaarmut vähemmälle huomiolle.

Rakenteelliset ratkaisut trailerin ääniraidalle ovat mielestäni osoittautuneet oikeiksi. Trailerin musiikki ja hiljaisten kohtien käyttö rytmittää traileria tasaisesti eteenpäin, eikä mikään kohta tai jakso tunnu liian pitkälle venytetyltä. Vaikka trailerissa on viisi musiikillista teemaa (modernin Hollywood-trailerin keskiarvon ollessa 3,3), tästäkin huolimatta traileri tuntuu kuitenkin hidastempoisemmalta kuin tyypillinen Hollywood-trailer. Tähän toki vaikuttavat myös leikkaus, kuvissa nähtävä toiminta sekä hidastuskuvien suuri lukumäärä, mutta ääniraidalla on oma osuutensa tässä asiassa. Kenties musiikkikappaleiden alhaisen tempon nostaminen tai ainakin yhden nopeampi-rytmisen kappaleen käyttäminen olisi voinut tehdä trailerista äänellisesti hieman vauhdikkaamman. Myös musiikin osiin leikkeleminen ja hiljaisuuden ja rytmikkyyden vuorottelu olisi voinut olla hyödyllinen tehokeino joissakin kohtauksissa. Toisaalta traileri on puoleenväliin saakka synkkätunnelmainen ja liian hyperaktiivinen ääniraita olisi voinut olla

yksinkertaisesti sopimaton tälle tunnelmalle. Trailerin alkupuolen seesteisyys voidaan nähdä myös vahvuutena, sillä siten loppupuolen toimintakohtaukset ja aggressiivinen musiikki saavat adrenaliinitason nousemaan entistäkin vahvemmin.

Äänelliset erikoistehosteet ovat tärkeässä roolissa, kun katsoo lopullista traileria. Matalien taajuuksien käyttäminen trailereissa on tehokasta sekä taiteellisista (vahva tunnelataus) että teknisistä (muun muassa The TASA Standard sekä EBU R128) syistä. Jälkikäteen tarkasteltuna ne olisivat voineet olla jopa vieläkin vahvempia ja laajemmin käytettyjä. Varoin käyttämästä erikoistehosteääniä liikaa välttääkseni niiden inflaation, mutta tehosteiden varovainen tasojen nostaminen sekä laajempi viljely olisi voinut antaa ääniraidalle vielä enemmän syvyyttä. Tämä on kuitenkin vahvasti mielipideasia, ja Hollywood-trailereihin tottumattomalle katsojalle nykyinenkin erikoistehosteiden taso voi olla hyvinkin vahva.

Voice-over –kerronnan laatu on mielestäni hyvää enkä usko, että tätä osaluuetta olisi voitu tehdä erilaisilla ratkaisuilla merkittävästi paremmaksi. Ääni on riittävän lähellä, sisältö hyvin kirjoitettu ja ääninäyttely sekä ääntäminen on kiitettävällä tasolla. Traileri kenties kaipaisi lisää dialogia, mutta käytännön syistä johtuen sitä on juuri se määrä, mikä meidän oli mahdollista jälkitöiden yhteydessä saada.

Hiljaisuuden käyttö on kenties asia, joka äänisuunnittelijana mietityttää minua jälkikäteen eniten. Aikaisemmin opinnäytteessä totesin hiljaisuuden olevan eräs trailerin ääniraidan vahvimpia tehokeinoja. Tästä huolimatta The Mate – trailerilla hiljaisuuden käyttö on minimaalista. Äänisuunnitelmassa ainoaksi hiljaiseksi kohdaksi jäi ensimmäisen osion jaksojen c ja d taitekohta, jossa päähahmo jää kiinni hyökkääjälle. Vaikka asia on jälkikäteen mietityttänyt, hiljaisuus ei kuitenkaan sopisi trailerin muihin kohtiin yhtä luonnollisesti kuin se sopii edellä mainittuun.

Trailerin musiikki on ääniraidan tärkeimpiä elementtejä. Lopputulosta tarkastellessa voidaan sanoa, että kokonaisuudessaan trailerin musiikki on

hyvin onnistunut. Laajemmalla ohjelmisto- ja *plug-in* –repertuaarilla (tietokoneohjelmassa käytettäviä lisäohjelmia) tekninen laatu olisi ollut tasokkaampi ja lähempänä Hollywood-trailerin äänimaailmaa, mutta henkilökohtaisesti koen todistaneeni, että luovalla työskentelyllä pienilläkin resursseilla on mahdollista saada suuren maailman kuuloista trailerimusiikkia. Kun lisäksi huomioidaan, että kyseessä oli ensimmäinen kerta kun tein musiikkia täysin tietokonepohjaisesti, saatuihin musiikkiteemoihin tulee olla tyytyväinen.

Keväällä 2015 The Mate –elokuvaprojekti sai rahoituksen pitkän elokuvan käsikirjoittamista varten. Vaikka tämä ei ollut yksistään trailerin ansiota, trailerilla oli todennäköisesti osuutta rahoitusta myöntävien tahojen vakuuttamisessa. Vaikka elokuvaprojekti on pitkä ja kivinen tie, valetailerin voidaan sanoa jo tehneen ainakin osan siitä työstä, mitä sen toivottiin ja oletettiin tekevän.

#### **4.8.3 Palaute**

Traileri sai huomiota useissa eri medioissa sekä sosiaalisessa mediassa julkaisunsa jälkeen. Palaute on ollut erittäin positiivista ja valtaosa saamistamme ja Internetissä näkemistämme kommentteista ovat olleet kehuja ja kannustavia. Kaikkia ei luonnollisestikaan voida miellyttää maku- ja kriteerieroista johtuen, mutta mahdolliset trailerin negatiivisesti vastaanottaneet katsojat ovat kenties jättäneet trailerin omaan arvoonsa antamatta siitä palautetta. Yleiskatsaukseni trailerin palautteesta pohjautuu Internetissä näkemiini kommentteihin (sosiaalinen media ja uutisartikkeleiden kommenttikentät) sekä elokuvaäänien ammattilaisen Samppa Hirvosen haastatteluun.

Tekijöinä keskitymme usein teknisiin seikkoihin traileria katsoessamme, mutta Internetistä nähdyn palautteen perusteella suurin osa katsojista keskittyy sisällöllisiin asioihin sekä näyttelijöihin. Traileri ja sitä käsittelevät uutisartikkelit levisivät laajalti yhteisöpalvelu Facebookissa alkuvuodesta 2015. Noin puolet näkemistämme kommentteista koskivat trailerin näyttelijöitä. Suurin osa näistä kommentteista ylisti joensuulaislähtöisen Timo Lavikaisen suoritusta trailerilla.

Myös muut näyttelijät saivat positiivista palautetta. Useat ihmiset totesivat suomalaisen elokuvateollisuuden saavan viimein ”kunnollista actionia” ja pohtivat, milloin elokuva saadaan mahdollisesti teatterilevitykseen. Trailerin lopussa kuultava loppuvitsi (Bruce Lee ja Jackie Chan samassa persoonassa) keräsi erittäin paljon nauruhymiöiden saattamia kommentteja sosiaalisessa mediassa.

SF Sound Oy:llä työskentelevä kenttä-äänitiimin pää-äänittäjä Samppa Hirvonen oli kuullut The Mate –trailerista, mutta näki sen ensimmäistä kertaa näytettyäni sen haastattelun yhteydessä. Hänen mukaansa (Hirvonen 2015) traileri oli niin sisällöltään kuin äänisuunnittelultaan vakuuttava.

Traileri oli hyvä. Kiinnostuin, että mikä elokuva sieltä on tulossa ja haluan nähdä sen. Rastapäinen päähahmo saa likaisen työn Olli-Kalle (Heimo) kovistelee häntä tekemään sen. Samaan aikaan Timo Lavikainen oli videovuokraamossa ja tuntui, että näen nyt otosta jostain eri elokuvasta. Tarinan puolesta sanoisin kuitenkin, että kiinnostaa sekin ja uskon, että se on hyvin selvennetty. Timppa on Suomi-elokuvaa trailerin muuten ollessa Hollywood-actionia. Musiikki oli todella vakuuttavaa. Se olisi mennyt läpi mistä tahansa jenkkitrailerista. Se oli hyvää ja erittäin sopivaa traileriin. Räppäys istui hyvin ja musiikki oli juuri sopivan tempoista. Tehosteet olisivat voineet olla hieman enemmän naamalla. Esimerkiksi autot olisivat voineet olla lähempänä ja jotkin erikoistehosteäänät olisivat voineet olla miksattuna lujemmalle. Musiikki tällä trailerilla oli kuitenkin ehkä se häikäisevin juttu. (Hirvonen 2015.)

Hirvonen itse on kokenut suomalaisen elokuvan ammattilainen. Onko The Mate –elokuvatrailerilla ja sen ääniraidalla sitten lähdetty turhaan tavoittelemaan amerikkalaisempaa näkökulmaa ja unohdettu kotimaisen elokuvan perinteet?

Olisi outoa jos trailerin ääniraita oli ”vähemmän amerikkalaista” koska tarina ja kuvallinen kerronta on amerikkalaista. Olisi outoa väittää niin. Aivan selvästi amerikkalaishenkinen elokuva tulossa, joka ei ole väärin. Nämä ovat makuasioita, mutta tässä trailerissa on tehty tällaiset ratkaisut enkä näe syytä miksi ei olisi? (Hirvonen 2015.)

## 5 Pohdinta

The Mate –elokuvatrailerin äänisuunnittelu sekä opinnäytteen kirjoitusprosessi laajensi näkemystäni siitä, kuinka harkittua ja järjestelmällistä kansainvälinen trailereiden äänituotanto on. Mitään taiteellisia ratkaisuja ei tehdä sattumalta tai hetken mielijohteesta. Neurotieteellisten tutkimusmenetelmien käyttö trailereiden kehittämiseksi entistä enemmän tunteisiin vetoaviksi on hyvä esimerkki siitä, kuinka paljon resursseja sidotaan trailereiden tehon maksimoimiseksi. Tästä huolimatta trailereiden ääniraitaa ei Suomessa usein ajatella omaksi taiteenlajikseen. Vaikka Suomessa on tehty viime vuosina useita erinomaisia elokuvatrailereita, kriittisesti tarkastellessa monista puuttuu mielestäni samanlainen perfektionismi kuin Hollywood-trailereissa on totuttu näkemään ja kuulemaan. Syy ei missään nimessä ole kotimaisten äänisuunnittelijoiden taitotaso, sillä Suomesta löytyy lukuisia maailmanluokan studioita, äänisuunnittelijoita sekä studioteknikkoja. Näkisin, että syy on ennemminkin trailereiden merkityksen vähättely.

The Mate –toimintaelokuvatrailerissa pyrittiin ottamaan vaikutteet pääasiassa Hollywood-trailereista eurooppalaisten tai kotimaisten trailereiden sijaan. Syynä tähän oli se, että koimme Hollywood-trailereista löytyvän yksinkertaisesti parhaat referenssit erinomaisesta elokuvatrailerista. Lopputulos oli palautteen perusteella onnistunut, sillä varsin usein traileristamme on sanottu ettei se näytä tai kuulosta lainkaan tyypilliseltä suomalaiselta elokuvatrailerilta. Tähän vaikuttaa toki englanninkielinen voice-over –kerronta sekä tummaihoisen päänäyttelijä, joka on yleistyvistä monikulttuurisuudesta huolimatta poikkeuksellista suomalaiselle elokuvalle. Työprosessin aikana kävi selväksi, ettei maantieteellinen sijainti vaikuta vähäisintäkään määrää trailerin laatuun. Kyse on asennoitumisesta.

Miten suomalaisten trailereiden äänisuunnittelijoiden kannattaisi sitten kehittää työskentelytapojaan entistä tehokkaampien trailereiden aikaansaamiseksi? Mielestäni eräs keskeinen tekijä on trailerin rytmi ja vauhti. Opinnäytteessä käsiteltiin musiikin ja musiikillisten teemojen lukumäärän vaikutusta trailerille.

Kokemukseni mukaan suomalaisissa elokuvatrailereissa käytetään kansainvälisiä trailereita vähemmän eri musiikillisia teemoja. Samoin musiikkivalinnat ovat poikkeavia suomalaisten suosiossa hidastempoisempaa ja melankolisempaa musiikkia. Myös populaarimusiikin käyttö on vähäisempää. Musiikillisten teemojen lisääminen ja analyttisempi tarkastelu oikeiden musiikkivalintojen tekemiseksi olisi hyvä lähtökohta suomalaisen trailerin mielenkiinnon lisäämiseksi. En usko, että populaarimusiikin käytöllä trailereissa olisi Suomessa yhtä suurta kaupallista merkitystä kuin Yhdysvalloissa, mutta kevyen musiikin käyttö on monesti taiteellisestikin toimiva ratkaisu. *The Mate* – elokuvassa käytetään traileria varten tekemääni populaarimusiikkikappaletta, joka on kerännyt positiivista palautetta. Mielestäni tämä osoittaa, ettei käytettävän populaarimusiikin tarvitse aina olla listahitti. Käytännössä mikä tahansa tarpeeksi hyvä ja tunnelmaltaan sopiva kappale voi toimia trailerin huipennuksen teemakappaleena.

Erikoistehosteäänien ja hiljaisuuden käyttö on lisääntynyt suomalaisissa trailereissa viime vuosina. Nämä ovat hyödyllisiä tehokeinoja, mutta väärin käytettynä vaikuttavat teennäisiltä. Olen nähnyt useita kotimaisia trailereita, joissa näitä tehokeinoja on käytetty hyvin ja perustellusti. Valitettavasti olen myös nähnyt sellaisia trailereita, joiden äänikerronnan tehokeinot vaikuttavat niin teennäisiltä että ne syövät uskottavuuden koko trailerilta. Äänisuunnittelijoiden tulee aina muistaa, että jokaisella äänielementillä tulee olla merkitys – aivan kuten leikkauksessakin jokaisella kuvalla tulee olla merkitys.

Vaikka suomalaiset elokuvatrailerit eivät mielestäni vielä olekaan yhdysvaltalaisella tasolla, ovat ne kuitenkin kehittyneet viimeisen kymmenen vuoden aikana suurin harppauksin. Niistä on viime vuosina pyritty kehittämään entistä vauhdikkaampia ja esimerkiksi *Me rosvolat* –lastenelokuvan (2015) traileri on onnistunut tässä tavoitteessa vauhdikkaine musiikkeineen erinomaisen hyvin. Traileri elokuvasta *Vares – Sheriffi* (2014) on pyrkinyt hyödyntämään opinnäytteessään esittelemiäni Hollywood-trailerin äänellisiä konventioita ja onnistuikin tässä kohtalaisesti, mutta trailerin rytmittömät ja melankoliset musiikkivalinnat ovat mielestäni erittäin tylsiä ja luotaantyöntäviä.



Kyse voi olla vain henkilökohtaisesta näkemyksestäni, mutta toisaalta opinnäytettä varten katsomistani useista kymmenistä Hollywood-trailereista yhdenkään musiikkivalinnat eivät mielestäni olleet ”huonoja”.

Toivon, että suomalaiset tuotantoyhtiöt avaisivat silmänsä trailerin todelliselle merkitykselle elokuvan markkinoinnissa. Mikäli yhdysvaltalaiset arviot siitä, että kolmannes elokuvan avausviikon lipunmyynnistä olisi trailerin ansiota, pätsivät myös Suomeen, puhumme erittäin merkittävistä rahasummista. Vaikka suomalainen ja yhdysvaltalainen elokuvakulttuuri poikkeavatkin toisistaan ja vertailu on tästä syystä ongelmallista, ei ole mitään syytä väittää etteikö entistä laadukkaampien trailereiden tekeminen ja trailereiden laajempi markkinoiminen lisäisi elokuvan menekkiä niin teatterilevityksessä kuin dvd-myyntissäkin. Opinnäytteessäni olen useasti todennut, että trailerin ääniraita vaikuttaa merkittävästi siihen, kuinka katsoja ottaa trailerin vastaan. Täydellisen ääniraidan tekeminen ei kuitenkaan ole itsensä äänisuunnittelijan käsissä. Tuotantoyhtiön on organisoitava koko trailerin valmistusprosessi niin järjestelmällisesti, että kaikki osa-alueet osataan ottaa huomioon jo varhaisessa vaiheessa. *Vares – Sheriffi* –elokuvatrailerissa loppuhuipennuksessa on kuva, jossa dialogi voidaan nähdä muttei kuulla (ääntä ei siis olla lainkaan käytetty). Tämä voi johtua mahdollisesti siitä, että leikkaaja on päättänyt käyttää satunnaista kuvaa, jonka dialogilla ei ole kuitenkaan mitään merkitystä trailerille. Tästä huolimatta ongelmaan ei olla reagoitu missään trailerin tuotannon vaiheessa. Jopa amatöörimäiseltä vaikuttava pieni yksityiskohta on mielestäni oiva esimerkki siitä, kuinka välinpitämättömästi trailereihin saatetaan pahimmillaan suhtautua.

Kaikesta huolimatta elokuvateollisuus kehittyi Suomessa kaiken aikaa ja tästä syystä uskon vahvasti, että myös trailerit tulevat kehittymään vielä paljon eteenpäin. *Iron Sky* (2012) ja *Big Game* (2015) kaltaiset kansainvälisyyteen tähdenneet ja ulkomailla noteeratut elokuvat vievät modernia suomalaista viihde-elokuvaa entistä laajemmille markkinoille ja tämän uskotaan ja toivotaan tuovan lisää rahaa sekä ammattiosaamista ja –näkemystä suomalaiseenkin elokuvantekoon. Lisäksi lukuisat uudet elokuvantekijät tavoittelevat kansainvälisiä markkinoita elokuvaprojekteillaan, jotka rikkovat suomalaisen

elokuvan totuttuja genrerajoja. The Mate on yksi näistä projekteista. Mikäli pääsemme tavoitteeseemme ja pääsemme tekemään kokopitkää toimintaelokuvaa, aiomme antaa trailerille sen ansaitseman arvostuksen ja nostaa kotimaisen elokuvatrailerin tasoa hyödyntämällä tässä opinnäytteessä sekä Hahlin opinnäytteessä *Toimintaelokuvan teaserin ja trailerin leikkaaminen* esiteltyjä keinoja.

## Lähteet

- Albrechtsen, P. 2012. Bryan Jerden on Trailer Sound Design. Design Sound. <http://designingsound.org/2012/07/exclusive-interview-bryan-jerden-on-trailer-sound-design/>. 25.2.2015.
- Altman, R. 1992. Sound Theory Sound Practice. New York, NY: Routledge.
- Bacon, H. 2000. Audiovisuaalisen kerronnan teoria. Helsinki: SKS.
- Chion, M. 2003. Film, A Sound Art. New York: Columbia University Press.
- Dolby Laboratories, Inc. 2015. The TASA Standard. <http://www.tasatrailers.org/TASASStandard.pdf>. 15.4.2015.
- Fear, D. 2013. Becoming Attractions: A Brief History of Film Trailers. The Dissolve. <https://thedissolve.com/features/exposition/241-becoming-attractions-a-brief-history-of-film-trail-> 28.2.2015.
- Finsterwalder, J., Kupppelwieser, V.G. and de Villiers, M. 2012. The Effects of Film Trailers on Shaping Consumer Expectations in the Entertainment Industry — A Qualitative Analysis. [http://www.academia.edu/1830682/The\\_Effects\\_of\\_Film\\_Trailers\\_on\\_Shaping\\_Consumer\\_Expectations\\_in\\_the\\_Entertainment\\_Industry\\_A\\_Qualitative\\_Analysis](http://www.academia.edu/1830682/The_Effects_of_Film_Trailers_on_Shaping_Consumer_Expectations_in_the_Entertainment_Industry_A_Qualitative_Analysis). 10.4.2015.
- Gfactor. 2007. Why Are They Called 'trailers' if They're Shown Before The Movie? The Straight Dope. <http://www.straightdope.com/columns/read/2270/why-are-they-called-trailers-if-theyre-shown-em-before-em-the-movie>. 26.5.2015
- Hahl, S. 2014. Toimintaelokuvan teaserin ja trailerin leikkaaminen. Karelia-ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/79085/Hahl\\_Samuli.pdf?sequence=1](http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/79085/Hahl_Samuli.pdf?sequence=1).
- Hirvonen, S. 2015. Äänittäjä. SF Sound Oy. Nauhoitettu haastattelu 27.4.2015.
- Hänninen, A. 2015. Äänekkyiden mittaaminen ja äänen jälkityöt televisioon. Karelia-ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
- Jerrick, D. 2013. The Effectiveness of Film Trailers: Evidence From College Student Market. <http://www.uwlax.edu/urc/jur-online/pdf/2013/jerrick.david.marketing.pdf>. 16.4.2015
- Kantosalo P. & Konttinen J. 2008. Ääniraidan ja musiikin merkityksiä Quentin Tarantinon elokuvissa. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [http://asia.kuvat.fi/tarantino/aaniraidan\\_ja\\_musiikin\\_2008.pdf](http://asia.kuvat.fi/tarantino/aaniraidan_ja_musiikin_2008.pdf).
- Kehe J. & Palmer K. 2013. The Gripping, Mind-Blowing, Thrilling Evolution of The Movie Trailer. <http://www.wired.com/2013/06/art-of-movie-trailer/>. 18.3.2015.
- Kendall, L. 1993. Everything You Ever Wanted to Know About Scoring Trailers. <http://www.filmscoremonthly.com/features/beal.asp>. 26.5.2015.
- Kernan, L. 2004. Coming Attractions – Reading American Movie Trailers. Austin: University of Texas Press.
- Kivi, E. 2012. Kuinka kuvat puhuvat. Helsinki: Books on Demand GmbH.
- Kotiranta, S. 2007. Trailerit ja kuinka niitä tehdään. Tampereen ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö. <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/10516/Kotiranta%20%20Salla.pdf?sequence=2>.

- Randall, K. 2013. How Your Brain Can Predict Blockbusters.  
<http://www.fastcompany.com/3006186/how-your-brain-can-predict-blockbusters>. 22.3.2015.
- Rose, J. 2003. Producing Great Sound for Digital Video.  
San Francisco, CA: CMP Books.
- Sciretta, P. 2009. The Length of Feature Films. <http://www.slashfilm.com/by-the-numbers-the-length-of-feature-films/>. 16.3.2015.
- Silverberg, D. 2008. The Secret Behind Making Movie Trailer Music.  
<http://www.digitaljournal.com/article/259407>. 7.3.2015.
- Smith, C. 2013. Lake Bell's New Movie Asks Why More Women Aren't Used to Narrate Movie Trailers.  
<http://www.hollywoodreporter.com/news/lake-bells-a-world-asks-602872>. 29.4.2015.
- Taloussanomat. 2014. Valtion budjetti 7,1 miljardia alijäämäinen.  
<http://www.taloussanomat.fi/kotimaa/2014/05/20/valtion-budjetti-71-miljardia-alijaamainen/20147107/12>. 20.3.2015.
- Turjansalo, L. 2008. Elokuvatrailerit – suurien odotusten synty.  
Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma.  
Opinnäytetyö.